

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, persaingan bisnis semakin ketat dan persaingan antar perusahaan semakin meningkat baik di pasar nasional/domestik maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan bisnis tersebut, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya (Supranto, 2001:1).

Dengan adanya persaingan yang ketat, dan didorong dengan adanya kemajuan teknologi yang memudahkan proses komunikasi, perusahaan dalam sektor jasa harus mampu memanfaatkannya untuk dapat meraih keunggulan dari para pesaingnya. Penentuan strategi yang tepat sangat berpengaruh terhadap persaingan. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Levitt, 1987). Untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan, perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk dan jasanya.

Tujuan dari peningkatan kualitas jasa adalah untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Kepuasan adalah kondisi dimana apa yang seseorang terima dan apa yang menjadi harapan, jika kinerja atau kualitas produk dan jasa lebih rendah dari yang diharapkan oleh konsumen maka keinginan konsumen tidak terpuaskan, jika kinerja

atau kualitas produk dan jasa yang diberikan melebihi apa yang diharapkan, konsumen akan lebih senang dan pada akhirnya akan menciptakan loyalitas (Kotler dan Amstrong 2001 : 13).

Kotler (2000) mengatakan bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan yang diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.

Pada perusahaan jasa, pelanggan adalah faktor utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan karena dalam hal ini pelanggan memegang peranan yang sangat penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan, misalnya dalam perusahaan yang bergerak di bidang makanan.

Persaingan ketat dalam pasar ini menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Produk dengan berbagai keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing membuat perusahaan sulit merebut pangsa pasar yang sudah ada. Di sisi lain, untuk memasuki pasar baru memerlukan biaya cukup besar.

Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik yang dijadikan dasar pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Hasan, 2008:78).

Persaingan usaha dalam bidang makanan untuk mempertahankan pelanggan semakin ketat. Dengan tingginya permintaan masyarakat akan kebutuhan pangannya, maka banyak perusahaan yang memanfaatkan situasi ini untuk membuka usaha

dalam bidang makanan, terutama restoran cepat saji banyak diminati masyarakat. Keberadaan restoran, kafe, *foodcourt* sudah menjadi *life style* dari masyarakat perkotaan. Kebutuhan akan makanan yang tersaji secara praktis, cepat dengan harga yang terjangkau menyebabkan industri rumah makan menjadi sangat berkembang pesat di Kota Bandung.

Kota Bandung sudah terkenal sebagai tempat untuk berwisata kuliner, banyak terdapat perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang makanan. Restoran Solaria merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang memiliki gabungan antara produk berwujud dan pelayanan. Untuk dapat menarik pelanggan dan pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan, perusahaan tidak hanya menyediakan dan memperhatikan kualitas produk berwujud itu sendiri tetapi juga menyediakan dan memberikan fasilitas pelayanan yang menunjang pada produk itu sendiri dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Yulianto, 2009).

Pelayanan yang disediakan restoran Solaria harus dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang kemudian membentuk kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Untuk lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan maka diperlukan upaya-upaya untuk lebih memahami, mengevaluasi serta menemukan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan tersebut, maka diharapkan menciptakan loyalitas pelanggan. Keramahan dan kesopanan staf dalam melayani pelanggan juga merupakan hal yang sangat mempengaruhi dalam peningkatan kualitas pelayanan.

Pelanggan yang loyal merupakan aset perusahaan. Menurut Oliver (1997:392), loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih

secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi yang menyebabkan perubahan-perubahan perilaku.

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap pembentukan loyalitas pelanggan. Kepuasan merupakan awal dari pembentukan loyalitas pelanggan. Perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan membentuk loyalitas pelanggan untuk mendapatkan dampak positif bagi perusahaan. Maka, restoran Solaria harus mampu dan peka dalam melihat kualitas pelayanannya dari sudut pandang konsumen. Karena konsumenlah yang menilai kualitas pelayanan tersebut.

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Konsumen pada Restoran Cepat Saji Solaria di Istana Plaza Bandung)**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, dapat diketahui bahwa pelayanan jasa suatu perusahaan merupakan aspek penting dalam pencapaian kepuasan pelanggan yang akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini penulis mencoba merumuskan permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan restoran cepat saji Solaria Istana Plaza Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji Solaria Istana Plaza Bandung?

3. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan restoran cepat saji Solaria Istana Plaza Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan restoran cepat saji Solaria Istana Plaza Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji Solaria Istana Plaza Bandung.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan restoran cepat saji Solaria Istana Plaza Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan diharapkan dapat berguna bagi :

1. Akademisi

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan keilmuan. Khususnya mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian serupa.

2. Praktisi bisnis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi restoran cepat saji Solaria Istana Plaza Bandung, untuk pengambilan keputusan dalam menentukan langkah selanjutnya, khususnya dalam hal pelayanan terhadap loyalitas restoran cepat saji Solaria Istana Plaza Bandung.