

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepraktisan sudah menjadi tuntutan utama masyarakat perkotaan saat ini. Kota Bandung yang masyarakatnya memiliki mobilitas tinggi membutuhkan kepraktisan ini, salah satunya kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Hal ini dilihat oleh para pelaku bisnis dan muncullah usaha dengan konsep *foodcourt* (Kotler, 2008).

Foodcourt merupakan area usaha bersama antar usaha makanan dan minuman cepat saji (Wikipedia). Usaha *foodcourt* dewasa ini sedang menjamur dan memiliki prospek yang bagus untuk dijalani karena melihat kebutuhan pasar atas tempat makan yang nyaman, dekat dengan lokasi belanja, dan dengan sajian makanan yang enak dan murah. Persaingan dalam usaha *foodcourt* relatif sangat tinggi mengingat menu yang hampir sejenis. Hal ini memacu pelaku usaha *foodcourt* untuk memberikan penyajian yang lebih baik dan tidak kalah dibandingkan lainnya.

Kesuksesan suatu usaha *foodcourt* sangat dipengaruhi oleh kualitas makanan dan layanan yang diberikan *foodcourt* tersebut. Hal ini menjadi penting karena inti dari bisnis ini adalah penawaran campuran / *hybrid* (Kotler, 2003), yaitu: barang & jasa. Barang yang dimaksud adalah makanan yang ditawarkan, sedangkan jasa yang dimaksud adalah layanan yang diberikan. Maka diperlukan manajemen makanan & layanan yang baik dan terintergrasi agar *foodcourt* bisa

sukses. Kesuksesan ini dapat diukur, salah satunya dengan melihat kepuasan konsumen terhadap makanan dan layanan yang diberikan. Kualitas layanan yang disampaikan pada pelanggan sangat bergantung pada sikap dan tindakan karyawan *frontline* atau pelanggan internal (Bowers & Martin, 2007).

Berdasarkan hal di atas maka penulis ingin meneliti tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Bagaimana caranya membuat pelanggan untuk kembali lagi berbelanja atau makan di *foodcourt* tersebut. Karena kualitas layanan yang tinggi, maka kepuasan pelanggan dapat terjadi dan hal tersebut dapat menarik minat pelanggan untuk datang ke *foodcourt*. Maka dari itu dibutuhkan strategi-strategi yang tepat untuk dapat meningkatkan kualitas layanan.

Strategi-strategi yang dapat meningkatkan kualitas layanan contohnya adalah dengan cara memberikan layanan yang tepat, menciptakan suasana yang nyaman, memberikan layanan yang ramah sehingga dapat menarik pelanggan untuk datang dan datang lagi ke *foodcourt*.

Dalam menciptakan strategi-strategi tersebut perlu diperhatikan 5 dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1980) yaitu: *Tangibles* (berwujud) adalah dimensi yang membahas penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi; *Empathy* (empati) adalah dimensi yang membahas kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan; *Reliability* (keandalan) adalah dimensi yang membahas kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat; *Responsiveness* (daya tanggap) adalah dimensi yang membahas kemauan untuk

membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat; *Assurance* (kepastian) adalah dimensi yang membahas pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Dimensi-dimensi kualitas layanan di atas penting diperhatikan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan seseorang, baik senang atau kecewa, yang dihasilkan dari perbandingan antara produk yang dihasilkan (*outcome*) dengan harapan orang tersebut (Kotler, 2003). Apabila produk yang dihasilkan (*outcome*) tidak memenuhi harapan, maka *customer* akan kecewa atau tidak puas. Apabila produk yang dihasilkan (*outcome*) menyamai harapan, maka *customer* akan puas. Sedangkan, apabila produk yang dihasilkan (*outcome*) melebihi harapan, maka *customer* akan sangat puas dan senang. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kualitas layanan yang dirasakan ternyata memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Kassim, 2009). Oleh karena itu penulis ingin meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Penulis menuangkannya dalam skripsi dengan judul :
“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang ingin diteliti penulis adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
2. Seberapa besar pengaruh positif dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis lewat penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh positif dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menguji seberapa besar pengaruh positif dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya peneliti dengan pengetahuan baru, khususnya dalam bidang usaha *foodcourt* dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi penyedia jasa, diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai masukan yang berharga untuk menjaga dan mengembangkan kualitas layanan yang ada.
3. Bagi pihak-pihak lain, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pustaka yang berguna, baik sebagai dasar pemikiran maupun sebagai bahan studi perbandingan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

Bab II TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berisi tentang tinjauan literatur tentang pemasaran, jasa, klasifikasi jasa, karakteristik jasa, kualitas layanan, ekspektasi pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Demikian pula pengembangan hipotesis dan model penelitian.

Bab III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode yang digunakan, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan skala pengukuran, uji validitas dan uji reliabilitas, dan analisis data.

Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian yang terbagi ke dalam hasil analisis deskriptif mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta hasil analisis verifikatif mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula pembahasan mengenai ada-tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan besar pengaruhnya dibandingkan faktor-faktor luar yang tidak diteliti.

Bab V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan sesuai masalah yang teridentifikasi dan saran/rekomendasi sebagai solusi atas masalah yang ditemukan dari hasil penelitian.