

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan untuk memasarkan produk-produk perusahaan tersebut. Perusahaan dalam negeri maupun perusahaan asing berusaha mendirikan usaha bisnis dan menciptakan jenis-jenis produk yang nantinya akan digemari oleh calon pelanggan. Banyaknya perusahaan ini menciptakan adanya suatu persaingan bisnis, perusahaan dapat menjadi pemenang dalam persaingan bisnisnya apabila perusahaan mampu menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya. Jika perusahaan dapat menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya tentu perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan yang besar pula. www.pengaruh.kualitas.com

Pemasaran merupakan hal yang sangat mendasar dan penting untuk dipahami oleh setiap pelaku yang berkecimpung dalam dunia usaha, karena berhasil tidaknya perusahaan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya sangat tergantung pada bagaimana cara perusahaan memasarkan produknya sehingga dapat diterima oleh pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Pimpinan harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh

pelanggan dan perusahaan berusaha untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin, sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan ditentukan menjadi topik yang hangat untuk dibicarakan pada tingkat internasional atau global, nasional, industri dan perusahaan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang baik, sehingga jaminan produk menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang ada pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Salah satu jasa yang memungkinkan menjaring pelanggan melalui kualitas pelayanan adalah rumah makan. Seperti masyarakat ketahui bahwa pemenuhan kebutuhan akan makanan merupakan salah satu kebutuhan fisik manusia selain pakaian dan rumah.

Abraham Maslow dalam Anwar Prabu Mangkunegara (2002:6) dalam teorinya berpendapat bahwa hierarki kebutuhan manusia adalah:

1. Kebutuhan fisiologis yaitu kebutuhan untuk makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, seksual. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat terendah atau disebut sebagai kebutuhan paling dasar.
2. Kebutuhan rasa aman yaitu kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan, dan lingkungan hidup.
3. Kebutuhan untuk merasa memiliki yaitu kebutuhan untuk diterima oleh sekelompok, berafisiliasi, berinteraksi, dan kebutuhan untuk mencintai dan dicintai.

4. Kebutuhan harga diri yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain.

5. Kebutuhan untuk mengaktualisasi diri yaitu kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, skill, dan potensi, kebutuhan untuk berpendapat dengan mengemukakan ide-ide, memberi penilaian dan kritikan terhadap sesuatu. Artinya, manusia akan cenderung memenuhi kebutuhan fisiknya sebelum memenuhi kebutuhan-kebutuhan lainnya.

Usaha rumah makan yang ada di Indonesia dewasa ini tidak hanya menawarkan produk khas Indonesia tetapi mulai dibanjiri oleh usaha rumah makan dari luar negeri, dalam hal ini Amerika dengan rumah makan cepat sajanya atau lazim disebut *fastfood*.

Salah satu rumah makan Di Indonesia adalah Waroeng Steak & Shake merupakan tempat makan favorit bagi para mahasiswa. Di sini, para mahasiswa dapat berkumpul bersama teman, menikmati suasana yang dibuat oleh warung steak dan menikmati steak dengan harga yang sangat terjangkau. Kita dapat memilih duduk dibagian depan atau halaman untuk menikmati angin atau di bagian dalam. Ada banyak meja untuk ruangan dalam. Ada pula ruangan di bagian dalam yang terdapat ruangan ber-AC yang bebas asap rokok, tetapi tidak cukup besar, kira-kira hanya mampu menampung 50 orang. Pada dinding-dinding terdapat gambar dari minuman atau makanan yang dijual di sini. Sesuai dengan nama tempatnya, menu utama yang ditawarkan adalah steak. Ada 2 jenis steak yaitu steak original dan steak goreng tepung. Original steak adalah

dagingnya tidak dilapisi tepung dan tidak digoreng. Sedangkan steak goreng tepung, lapisan dagingnya dilapisi bumbu baru kemudian digoreng. Kita dapat memilih daging steak yang hendak disantap. Jenisnya antara lain sirlion, tenderlo, chicken, dan lain-lain. Harga dari *original steak* mulai dari Rp 13.500,- sampai Rp 30.000,-. Sedangkan harga steak goreng tepung lebih murah mulai dari Rp 9.500,- sampai Rp 15.000,-. Untuk minuman, ada *milk shake*, *softdrink*, jus buah, air mineral. Untuk minuman harganya mulai dari Rp 500,- sampai Rp 8.000,-. Menu lainnya yang cukup diminati juga adalah *french fries*, kentang goreng lokal, *spaghetti*, *mushroom*, burger, nasi paprika. Menu ini sangat cocok bagi kita yang tidak mau makan terlalu banyak dan berdiet di malam hari. Rasa steak di Waroeng Steak dan *Shake*, walaupun rasanya standar, tetapi steaknya masih cukup berkualitas dan sebanding dengan harga yang ditawarkan. Kita dapat mencobanya kapanpun kita mau. www.wisata.kuliner.com

Demikian juga dalam mengambil keputusan mengenai alternatif pilihan jenis makanan steak, para pemilik modal akan mempertimbangkan berbagai faktor dalam menjalankan usahanya. Faktor tersebut diantaranya meliputi kualitas produk dan kepuasan konsumen dalam memberikan kepuasan tersendiri terhadap pembeli.

Atas dasar uraian di atas, maka sudah selayaknya kalau penelitian harus dilakukan dan untuk selanjutnya hasil dari penelitian tersebut akan dilaporkan dalam bentuk karya ilmiah/skripsi dengan judul: “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Warung Steak & Shake, Bandung.**”

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan ” di rumah makan Warung Steak & Shake” ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen setelah berkunjung ”di rumah makan Warung Steak & Shake” ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ” di rumah makan Warung Steak & Shake” ?

1.3 Tujuan penelitian

1. Mengetahui bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan ”di rumah makan Warung Steak & Shake”.
2. Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen setelah berkunjung ”di rumah makan Warung Steak & Shake”.
3. Mengetahui Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ” di rumah makan Warung Steak & Shake” ?

1.4 Kegunaan hasil Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, maupun bagi para pembaca atau pihak-pihak lain yang berkepentingan.

1. Manfaat akademis

Penelitian ini erat hubungannya dengan mata kuliah Manajemen pemasaran sehingga dengan melakukan penelitian ini diharapkan penulis dan semua pihak yang berkepentingan dapat lebih memahaminya

2. Manfaat dalam implementasi atau praktik.

Penelitian ini memfokuskan kepada warung steak sebagai objek penelitian, sehingga diharapkan para pengambil kebijakan dalam rumah makan warung steak maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.