

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

pada saat ini perekonomian Indonesia menuju Globalisasi dan perdagangan bebas dimana akan menimbulkan adanya persaingan yang sangat ketat, maka strategi bersaing merupakan elemen penting bagi suatu perusahaan dalam mempengaruhi proses pembelian (produk dan jasa). Pada saat ini konsumen tetap ada, walaupun dengan daya beli yang semakin kecil, karena pelanggan menjadi lebih selektif untuk melakukan pembelian atas produk yang mereka butuhkan. Pada saat ini jasa adalah salah satu bidang usaha dan memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Jasa diperuntukan melayani kebutuhan dan keinginan manusia yang kian bertambah besar dan memuaskan konsumen, sedangkan dari segi sumber daya yang tersedia sangat terbatas, maka dari itu diperlukan suatu penanganan strategi bersaing yang sangat baik. Salah satu usaha bidang jasa yang akhir-akhir ini berkembang sangat pesat di Indonesia ialah rumah makan.

Dalam setiap rumah makan tidak hanya menyajikan menu makanan yang lezat saja, tetapi harus disertai pelayanan yang baik, cepat dan ramah, kenyamanan tempat rumah makan seperti tempat yang bersih dan juga ber-AC agar konsumen menjadi nyaman, disediakan ruang khusus untuk perokok jadi tidak mengganggu konsumen lain, fasilitas lainnya yang mendukung adalah pemutaran musik yang nyaman.

Walaupun membutuhkan modal yang tidak sedikit dalam membuat usaha tempat makan, tetap harus selalu menyesuaikan dengan kehendak dan keinginan konsumen jika rumah makan tersebut ingin berkembang. Agar dapat bertahan dan meningkatkan usahanya, Rumah makan harus selalu mengawasi dan memperbaiki strategi bersaing yang dijalankan agar dapat terus tetap bertahan dan berkembang.

Agar dapat mempersiapkan strategi bersaing yang efektif dan efisien, rumah makan harus terus mempelajari dan mengidentifikasi pesaingnya. Rumah makan harus terus mempelajari dan mengidentifikasi pesaingnya. Rumah makan juga perlu mengetahui bagaimana strategi, tujuan, kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dari para pesaing. Rumah makan juga perlu mengetahui bagaimana merancang dan menerapkan sistem intelejen kompetitif yang efektif dan efisien, pesaing mana yang akan diserang dan yang akan dihindari

Pesaing adalah suatu subjek yang berpacu atau lomba untuk mendapatkan satu tujuan objek yang sama dalam suatu jenis produk atau jasa yang sama. Dalam arti secara ekonomi, pesaing adalah sekumpulan organisasi atau perusahaan baik yang menghasilkan produk dan jasa yang sama maupun yang tidak, yang berusaha dengan berbagai cara untuk dapat mengalahkan organisasi atau perusahaan yang lain, untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan yang lain, untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan tersebut.

Perjalanan bisnis Rumah makan dirasa semakin berat oleh pesaing, dan dilain pihak konsumen semakin selektif dalam pemilihan restoran yang dipilihnya. Pada saat ini persaingan rumah makan di kota Bandung sangatlah tinggi tetapi tidak

dipungkiri konsumen di kota Bandung sangatlah besar baik dari dalam kota maupun pendatang dari luar kota. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mencari data dan informasi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Tenno Ramen House, Hyper Square”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah:

1. Bagaimana upaya yang telah dilaksanakan pihak Tenno Ramen House dalam memberikan pelayanan?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen setelah berkunjung di Tenno Ramen House?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di Tenno Ramen House?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh pihak Tenno Ramen House, dan juga untuk memperoleh data atau informasi tentang kualitas pelayanan jasa serta kepuasan konsumen terhadap jasa di Tenno Ramen House bertempat di Hyper Square

Ada pun tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui upaya-upaya yang telah dilakukan Tenno Ramen House dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen mengenai pelayanan selama ini.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap sikap konsumen di Tenno Ramen House.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Penulis, sebagai kesempatan memperluas wawasan dan pengetahuan tentang kepuasan jasa yang dilakukan oleh Tenno Ramen House
2. Tenno Ramen House kiranya hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang positif dalam perencanaan dan perbaikan dalam memberikan jasa pelayanan terhadap konsumen
3. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat dalam menambah wawasan serta pengetahuan untuk meningkatkan pelanggan dalam hal memberikan pelayanan jasa.