

BAB I

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.

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:

- . Kebutuhan fisiologis

Yaitu kebutuhan untuk makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, seksual. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat terendah atau disebut sebagai kebutuhan paling dasar.

- . Kebutuhan rasa aman

Yaitu kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan, dan lingkungan hidup.

- . Kebutuhan untuk merasa memiliki

Yaitu kebutuhan untuk diterima oleh sekelompok, berafiliasi, berinteraksi, dan kebutuhan untuk mencintai dan dicintai.

- . Kebutuhan harga diri

Yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain.

- . 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.

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.

Kota Bandung sebagai salah satu Kota tujuan wisata tidak luput dari perhatian produsen restoran untuk memasarkan produknya. Di Bandung terdapat beberapa rumah makan salah satunya yaitu “Hopeng Restaurant”.

Dalam menelaah kondisi tersebut, maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hopeng Restaurant Bandung”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti langsung (tangible), keandalan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Hopeng Restaurant Bandung?
2. Variabel kualitas pelayanan manakah yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada Hopeng Restaurant Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti langsung (tangible), keandalan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Hopeng Restaurant Bandung.

- b. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan manakah yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada Hopeng Restaurant Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi Penulis
Memperoleh gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan pada Hopeng Restaurant Bandung dan merupakan media latihan bagi penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh pada saat perkuliahan.

- b. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai strategi kualitas pelayanan yang baik dalam mencapai kepuasan pelanggan, terutama pimpinan harus memperhatikan hal-hal apa saja yang dianggap penting agar pelanggan tersebut merasa puas.

- c. Bagi Fakultas Ekonomi Khususnya Juga Jurusan Manajemen.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk memperluas pengetahuan khususnya bidang pemasaran.

d. Bagi Pihak yang berkepentingan.

Penelitian ini dijadikan bahan referensi untuk memperluas serta dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut.