

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kondisi perekonomian saat ini sedang mengalami krisis yang sangat berat. Contohnya saja di Tokyo, Toyota Motor Jepang akan memotong bonus musim panas bagi 8.900 manajernya dengan kisaran pemotongan rata-rata 60%. Menurut juru bicara perusahaan, pemotongan itu terpaksa dilakukan menyusul krisis global yang menimpa industri otomotif. Toyota sudah membuat kesepakatan dengan serikat pekerja mereka untuk memotong bonus tahunan musim panas bagi 63.000 pekerja, dengan pemotongan sebesar 10-20%. Disebutkan, eksekutif Toyota yang berada di luar negeri tidak akan menerima bonus. Produksi Toyota lokal menurun hingga tiga juta kendaraan untuk pertama kalinya dalam tiga dekade karena menurunnya permintaan. Toyota sebelumnya sudah memecat ribuan pekerja temporer dan harian untuk menekan biaya (Sumber : Pikiran-Rakyat.com, may 2009).

Selain itu di Jakarta, dampak krisis terhadap perekonomian terlihat pada triwulan I. Permintaan di beberapa subsektor properti turun drastis. Yang paling parah terjadi pada subsektor apartemen dan kondominium atau apartemen mewah dengan penurunan hingga 60 persen. Selama triwulan I 2009, subsektor kondominium dan apartemen mengalami penurunan paling tajam di antara subsektor lainnya. Permintaan perkantoran turun 26 persen, terutama untuk kawasan bisnis terpadu (CBD) dan ritel (Sumber : Pikiran-Rakyat.com, may 2009).

Semua perusahaan berlomba-lomba untuk mencapai keberhasilan. Banyak pengusaha jasa yang belum melaksanakan strategi dengan benar dalam menjual produk jasanya. Para pengusaha jasa, masih menganggap kepuasan pelanggan terletak pada harga. Mereka berpendapat bila harga murah konsumen akan puas. Namun pada kenyataannya sebagai produk tidak berwujud, tingkat kepuasan konsumen seringkali diukur melalui pelayanan yang diterima. Hampir semua perusahaan yang sukses dapat mencapai keberhasilan dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumennya, sehingga konsumen akan merasa puas dan loyal kepada perusahaan tersebut, maka perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumennya, kemudian memuaskan kebutuhan dan keinginan itu. Perusahaan juga harus mengetahui kondisi pasar setiap saat, termasuk siapa pesaingnya dan bagaimana kekuatan pesaingnya.

Melihat kondisi saat ini bisnis dalam bidang makanan terlihat sangat menjanjikan karena makanan adalah kebutuhan primer yang tidak bisa dipungkiri. Walaupun begitu tetap saja dalam bisnis makanan ini membutuhkan strategi – strategi untuk menarik daya beli konsumen dengan berbagai cara. Antara lain dengan mengutamakan cita rasa dan kualitas dari yang ada. Selain itu pada jaman sekarang yang sangat berpengaruh adalah sebuah tempat dimana konsumen dapat menikmati hidangan dari sebuah *Café* dan mendapatkan suasana yang santai serta merasa nyaman dan ingin berlama – lama di *Café* tersebut. Hal ini haruslah menjadi bahan pertimbangan yang sangat penting bagi para pengusaha karena banyaknya pesaing yang ada dan semua berlomba – lomba untuk memberikan yang terbaik bagi konsumennya baik dari segi kualitas makanan yang disajikan, suasana nyaman yang disuguhkan, hingga jasa pelayanan yang baik sehingga membuat konsumen menjadi

loyal, betah, dan mau bercerita tentang rasa puas mereka terhadap sebuah *Café* kepada kerabat atau keluarganya.

Selama pelayanan jasa dan kualitas makanan itu dapat memenuhi kepuasan konsumen maka perbandingan harga tidak akan menjadi masalah, karena jasa sifatnya abstrak dan lebih mementingkan tingkat kepuasan yang diukur melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan bersangkutan. Jika seseorang puas dengan pelayanan sebuah perusahaan, maka ia tidak akan segan untuk membelanjakan uangnya lebih banyak. Semakin banyak konsumen berbelanja maka akan semakin banyak pula keuntungan yang akan didapatkan perusahaan. Selain itu hal yang perlu disadari oleh para pengusaha yaitu, menjamurnya usaha rumah makan atau *café* bukan hanya sarana pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman tetapi sebagai penunjang untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup (*life style*).

Strategi yang terbaik untuk menghadapi persaingan adalah dengan memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan. Jika dapat memenuhi kepuasan konsumen maka perusahaan dapat merebut pangsa pasar yang ada di tengah – tengah persaingan dimana semua perusahaan melakukan hal yang sama. Selain itu sebuah *Café* haruslah mempunyai ciri khas tertentu yang dapat membedakannya dari yang lainnya sehingga menjadi suatu daya tarik tertentu bagi konsumen.

Café Rame – Rame yang terletak di jalan. Sukajadi merupakan sebuah *Café* yang berdiri sejak bulan Januari tahun 2009 dan merasakan betapa ketatnya persaingan yang ada pada saat ini, maka dari itu berupaya untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar konsumennya dapat benar – benar terpuaskan. Dengan

demikian penulis merasa perlu dan tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Café Rame-Rame, Bandung.*”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan *Café Rame-Rame* bagi para pelanggannya?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan dari *Café Rame-Rame*?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Café Rame-Rame* terhadap tingkat kepuasan pelanggan?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Café Rame-Rame* di jalan Sukajadi, Bandung.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan *Café Rame-Rame* bagi para pelanggannya.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan *Café Rame-Rame*.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan *Café Rame-Rame*.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi penulis sendiri
 - a. Untuk menambah pengetahuan penulis mengenai kualitas pelayanan dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada *Café Rame-Rame*.
 - b. Menerapkan Ilmu Pemasaran yang didapat selama kuliah untuk mengolah data dan menganalisa masalah yang dihadapi perusahaan.
2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan agar penelitian ini dapat memberi masukan tentang pentingnya pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen *Café Rame-Rame* sehingga dapat meningkatkan kinerja untuk selalu menjadi lebih baik.