

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis abad ini tidak dapat dihindarkan lagi. Bahkan, persaingan tersebut semakin hari semakin bertambah ketat, baik antar industri sejenis maupun tidak sejenis. Dapat dikatakan, tidak ada produk atau jasa yang dipasarkan tanpa melewati arena persaingan, sehingga untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu meningkatkan kinerja dan kualitas dalam melayani konsumen.

Hampir semua perusahaan yang sukses di dunia dapat mencapai keberhasilan dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumennya, sehingga konsumen akan puas dan loyal kepada perusahaan tersebut, maka sudah sewajarnya jika perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumennya dan kemudian memuaskan kebutuhan dan keinginan itu.

Dalam melayani konsumen perusahaan memerlukan strategi bisnis yang tepat untuk bersaing di dunia bisnis. Oleh karena itu perusahaan harus mampu memilih berbagai strategi maupun konsep yang tepat agar dapat berkembang dan bersaing di dunia bisnis. Terlebih saat ini, banyak pesaing yang mendekati konsumen dengan tawaran yang sama atau malah lebih baik, hal ini terjadi karena konsumen lebih sulit dipuaskan, mereka lebih peka terhadap harga, lebih cerdas memilih, dan lebih

menuntut. Dengan demikian, perusahaan harus membuat strategi bisnis yang tepat dalam pemasaran.

Strategi pemasaran yang tepat merupakan hal penting yang dapat mendukung perusahaan untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain, sehingga perusahaan tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan konsumen. Strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di samping produk fisik yang dihasilkan. Kualitas pelayanan sangat penting mengingat bahwa konsumen yang puas memiliki peluang yang lebih besar akan kembali membeli dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan, karena persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan tersebut dibentuk dan dipengaruhi oleh konsumen lain. Kualitas Pelayanan akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen karena menurut Wyckof dalam Tjiptono (2001:59), mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Penulis tertarik untuk mengadakan penelitian di Restoran Phoenix yang terletak di Jalan Jendral Sudirman no. 58 Bandung. Restoran ini sudah berdiri 19 tahun yang lalu dan memiliki perkerja kurang lebih 40 orang. Phoenix pada saat ini dikelola oleh 3 orang yaitu diantaranya Ali Salim, Arifin, dan Hasan. Phoenix

merupakan Restoran yang tidak hanya mementingkan produk yang dijualnya saja, tetapi pelayanan yang diberikannya juga. Karena menurut Phoenix menjual produk makanan yang enak dengan harga yang dapat bersaing saja tidak cukup untuk dapat memenangkan persaingan. Hal tersebut dimaksudkan untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen dan restoran itu sendiri. Produk dan pelayanan yang baik sangat berperan dalam menciptakan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan analisis diatas dan melihat pentingnya kualitas pelayanan bagi kelangsungan hidup perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **"Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Phoenix di Bandung."**

1.2. Identifikasi Masalah

Sebagaimana telah diuraikan dalam latar belakang penelitian tersebut, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan Restoran Phoenix kepada para konsumennya?
- 2) Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Restoran Phoenix?
- 3) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran Phoenix terhadap tingkat kepuasan konsumen?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Peneliti mengadakan penelitian ini dengan maksud untuk mengumpulkan data dan mengolah data yang berhubungan dengan judul skripsi yang telah dipilih.

Sedangkan berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan Restoran Phoenix kepada para konsumennya.
- 2) Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Restoran Phoenix.
- 3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Phoenix.

1.4. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan terhadap kepuasan pelanggan serta sebagai syarat kelulusan program studi Strata 1.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan kepada perusahaan tentang apa yang dibutuhkan pelanggan dan penelitian dapat memberikan gambaran, pemikiran, referensi tentang pentingnya kualitas pelayanan bagi perusahaan.

3. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.