

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Dengan semakin majunya perkembangan dunia bisnis saat ini menyebabkan timbulnya tingkat persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan-perusahaan yang ada. Hal ini membuat kalangan bisnis maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan selalu dituntut untuk bergerak cepat agar dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada maupun peluang-peluang yang akan muncul, sehingga keadaan seperti ini menyebabkan perusahaan harus mampu menganalisa kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan adalah memberikan pelayanan yang lebih baik bagi konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus dapat memilih berbagai strategi, konsep, maupun kebijakan pemasaran yang tepat sehingga diharapkan perusahaan dapat berkembang, bertahan, dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Yang perlu diperhatikan perusahaan adalah strategi yang diambil perusahaan harus sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan yang lebih baik kepada para konsumen tersebut.

Demikian pula dengan bidang usaha yang semakin berkembang saat ini, yaitu bisnis ruma makan. Dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha rumah makan menyebabkan perusahaan tersebut saling bersaing untuk dapat meraih konsumen sasaran. Namun untuk

dapat meraih konsumen sasaran, perusahaan harus bekerja keras agar mampu memenangkan persaingan. Di antaranya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen sasaran.

Pada saat ini konsumen mempunyai berbagai macam pilihan untuk makan di rumah makan tertentu sebagai akibat dari banyaknya rumah makan yang ada. Masing-masing rumah makan menawarkan jenis makanan yang beraneka ragam yang ditunjang oleh pelayanan yang berbeda pula. Keadaan seperti ini tentunya menguntungkan bagi konsumen karena dapat memilih aneka ragam makanan dengan pelayanan yang berbeda pula.

Untuk itu tiap-tiap rumah makan harus memberikan pelayanan terbaik agar sesuai atau melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen. Jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen maka tentu saja konsumen akan merasa puas. Tetapi jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu rumah makan lebih besar dari apa yang diharapkan konsumen, maka tentu saja konsumen akan merasakan kepuasan yang tinggi.

Rumah Makan 109 merupakan salah satu jenis rumah makan yang berada di kota Sukabumi. Sama seperti halnya bisnis rumah makan yang lainnya yang ada di Sukabumi Rumah Makan 109 juga berupaya untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen terutama pelayanan dalam hal kecepatan dalam menghadirkan makanan, kemudahan pemesanan, kebersihan. Hal ini dilakukan agar para konsumen merasa puas terhadap semua pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan 109.

Dengan melihat hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membuat skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan 109 terhadap Kepuasan Konsumen di Sukabumi”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Kualitas pelayanan yang baik akan lebih menjamin tingkat kepuasan konsumen, apakah sesuai dengan harapannya atau tidak, dan pada akhirnya merupakan salah satu keberhasilan bagi perusahaan. Tingkat kepuasan konsumen tersebut memungkinkan perusahaan untuk mengetahui sekaligus merencanakan bentuk pelayanan yang seharusnya menjadi prioritas utama dan yang hanya sebagai pelengkap serta memperbaiki kecepatan, ketepatan dan keramahan dalam sistem pelayanan.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis bermaksud untuk merumuskan masalah yang harus diteliti sebagai berikut:

1. Apakah tujuan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan 109 di Sukabumi ?
2. Bagaimana pelaksanaan pelayanan yang dilakukan oleh Rumah Makan 109 di Sukabumi ?
3. Bagaimana sikap dan tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan 109 di Sukabumi ?
4. Seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Rumah Makan 109 di Sukabumi terhadap tingkat kepuasan konsumen ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa sajakah tujuan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan 109 di Sukabumi ?
2. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pelayanan di Rumah Makan 109 di Sukabumi ?
3. Untuk mengetahui bagaimana dan mengamati sikap serta tanggapan konsumen terhadap pelayanan yang dilakukan Rumah Makan 109 di Sukabumi ?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan yang telah diberikan Rumah Makan 109 di Sukabumi terhadap tingkat kepuasan konsumen ?

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pihak Penulis
  - Untuk mengetahui perbedaan antara teori yang didapat dengan praktek yang terjadi di Rumah Makan 109 di Sukabumi
  - Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman
2. Pihak Perusahaan
  - Penulis dapat memberikan sumbangan tenaga dan pikiran yang akan dijadikan masukan atau informasi bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan

### 3. Pihak Lain

- Sebagai informasi dan pengetahuan bagi pihak lain yang membutuhkan serta sebagai bahan bacaan yang akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya.

#### 1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Philip Kotler dalam *Marketing Management : “Analaysing, Planning, Implementation dan Control”* Millenium edition (2000:398) berpendapat bahwa

*Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.*

Pengertian jasa menurut Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management : “Analaysing, Planning, Implementation dan Control”* Millenium edition (2000:486)

*Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.*

Adapun jasa menurut Philip Kotler dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Barang berwujud murni (pure tangible good)

Terdiri dari barang berwujud seperti sabun, pasta gigi.

2. Barang berwujud yang disertai layanan (Tangible good with accompanying services)

Terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau beberapa layanan

3. Campuran

Terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama

4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Terdiri dari satu jasa utama disertai jasa utama dan atau barang pendukung

5. Jasa murni

Terdiri dari jasa saja

Dalam menghadapi situasi pelanggan yang semakin kompleks dan persaingan yang semakin tajam, produsen terus dituntut untuk menjaga kelangsungan usahanya agar mampu bersaing dilingkungan pasar.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk tetap bertahan dalam persaingan yang semakin hari semakin ketat. Konsumen tidak hanya melihat produk secara fisik saja, akan tetapi sangat memperhatikan faktor-faktor lainnya yang dapat menciptakan rasa puas bagi konsumen tersebut.

Menurut Philip Kotler, dalam bukunya Manajemen Pemasaran : “Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol” edisi 9 jilid 2 (2002:93), kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan memiliki lima dimensi yang dapat menentukan baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yaitu :

1. Keandalan (reliability)

Kemampuan karyawan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya

2. Keresponsifan (responsiveness)

Kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.

3. Keyakinan (confidence)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan

4. Empati (emphaty)

Syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

5. Berwujud (tangible)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diambil suatu hipotesa sebagai berikut :”Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Makan 109 akan semakin besar pula kepuasan konsumen Rumah Makan 109”.

### **1.6. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan survei, yang hasilnya diuraikan secara deskriptif analisis.

### **1.7. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang penulis ambil untuk melakukan penelitian terletak di Jalan Jend A Yani No.109 Sukabumi dengan jangka waktu dari bulan September sampai dengan Desember 2007

