

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

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. Perusahaan juga harus mengetahui siapa saja pesaingnya dalam pasar, baik pesaing dari domestik maupun internasional.

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi agar dapat tetap hidup. Memang kebutuhan-kebutuhan lain selalu ada, tetapi bagaimanapun juga kebutuhan pokok harus terpenuhi lebih dahulu sekalipun tidak maksimal. Hal ini disadari oleh para pengusaha, melihat menjamurnya usaha rumah makan atau cafe sebagai salah satu sarana pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman atau sekedar penunjang untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup (*life style*).

Kalau sebelumnya cukup makan atau minum di rumah, akan tetapi saat ini banyak orang yang mencoba untuk makan di luar, baik makanan berat maupun makanan ringan seperti di rumah makan atau cafe. Adanya fenomena ini dikarenakan berbagai alasan, antara lain kesibukan orang-orang, khususnya yang tinggal di perkotaan yang tidak sempat memasak sendiri, sulitnya mencari

pembantu rumah tangga, menjadi anak kost, ingin mencari suasana baru, dan sebagainya. Adanya anggapan bahwa bisnis makanan mendatangkan laba yang besar seakan meyakinkan para pengusaha untuk menjalankan bisnis ini. Dalam observasi penulis, banyak bisnis rumah makan atau cafe/bar yang bermunculan. Di kota Bandung contohnya, terutama di daerah Dago atas, Lembang, di Mall, dan daerah Setiabudi banyak bermunculan bisnis yang bergerak di bidang sejenis dimana konsumen memiliki semakin banyak alternatif untuk memilih dan mereka akan memilih tentunya yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini menimbulkan semakin ketatnya persaingan.

Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo yang berlokasi di Komplek Setra Sari Mall, jalan Setra Ria Bandung merupakan salah satu rumah makan yang memiliki konsep menu makanan yang cukup berbeda dengan rumah makan lainnya, yang mana Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo menyediakan produk dan pelayanan tersendiri. Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo mempunyai beberapa macam jenis makanan seperti ayam goreng dan perkedel kentang. Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo selalu berusaha untuk membuat konsumen merasa puas dengan pelayanannya sehingga konsumen tertarik untuk datang kembali.

Karena pelayanan terhadap konsumen merupakan salah satu hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen maka cara paling tepat dalam menangani juga merupakan hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen sehingga tercipta loyalitas konsumen yang akhirnya dapat memenangkan persaingan. Kotler (2000) mengatakan bahwa dengan kualitas

pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan yang diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya, atau dengan kata lain:

$$\text{Kepuasan pelanggan} = \text{Kinerja} - \text{Harapan}$$

Asumsi:

- Jika Kinerja < Harapan, maka pelayanan yang di berikan jelek
- Jika Kinerja = Harapan, maka pelayanan yang di berikan biasa-biasa
- Jika Kinerja > Harapan, maka pelayanan yang diberikan sangat baik

Sebuah perusahaan jasa dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu tinggi di bandingkan para pesaingnya dan yang lebih tinggi dari pada harapan pelanggan.

Menurut Philip Kotler (1995), tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sehingga hasil dari kepuasan tersebut, konsumen dapat:

1. Membeli lebih banyak dan menjadi setia lebih lama.
2. Membeli jenis produk baru/ produk yang di sempurnakan oleh perusahaan.
3. Memuji-muji perusahaan dan produknya pada orang lain.
4. Kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk saingan, serta kurang memperhatikan harga.
5. Menawarkan gagasan barang dan jasa kepada perusahaan.

6. lebih murah biaya pelayanannya dari pada pelanggan baru, karena transaksinya sudah rutin.

Yang menentukan kualitas pelayanan adalah pelanggan, oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan serta apa yang dapat dilakukan melalui survey secara *periodic* dan sistimatis, sehingga dapat mengetahui jumlah pelanggan yang tidak puas dan dalam hal apa ketidakpuasan pelanggan tersebut.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Sari Rasa Sambel Hejo, Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo bagi para pelanggannya?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan dari Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo 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 Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo, Komplek Setra Sari Mall, Bandung.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo bagi para pelanggannya.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah makan Sari Rasa Sambel Hejo.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan maksud dan tujuan penelitian yang diharapkan.

Penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

1. Bagi Umum

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sebagian pengembangan keilmuan, terutama ilmu manajemen pemasaran dalam hal pemasaran jasa rumah makan dan kepuasan konsumen.

2. Bagi Penulis

- Menerapkan Ilmu Pemasaran yang didapat selama kuliah untuk mengolah data dan menganalisa masalah yang dihadapi perusahaan.
- Menambah pengetahuan penulis dalam kejelasan penerapan ilmu, terutama bidang pemasaran, khususnya mengenai pelayanan yang diperoleh melalui kuliah dengan kenyataan yang dihadapi perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan agar penelitian ini dapat memberi masukan berupa data hasil analisa tentang pentingnya pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen Hau's Tea cafe.