

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan semakin pesatnya tingkat pertumbuhan dunia bisnis di era globalisasi ini, mendorong para pelaku bisnis untuk mempertahankan perusahaan mereka. Para pelaku bisnis harus mengikuti perkembangan yang terjadi agar tetap dapat bersaing di dunia bisnis di era ini. Salah satu cara untuk dapat mempertahankan diri serta menjaga kedekatan dengan konsumen adalah dengan mendapatkan kepuasan konsumen hingga loyalitas konsumen.

Perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dengan cara memasarkan produk dan jasanya secara tepat. Perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan mereka. Konsep kualitas layanan telah menjadi faktor yang dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Kualitas pelayanan tidak hanya diadopsi oleh lembaga penyelenggara jasa-jasa komersial, tetapi juga telah merembes ke lembaga-lembaga pemerintahan, yang selama ini resisten terhadap tuntutan kualitas pelayanan publik yang prima (Sulistiyani, 2001). Kualitas pelayanan dianggap memberikan pengaruh positif dalam menciptakan loyalitas konsumen sebuah perusahaan.

Dalam perkembangan kehidupan manusia seiring waktu akan terus mengalami perubahan yang diikuti oleh perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini. Seiring perkembangan tersebut, kebutuhan manusia akan gaya hidup telah menjadi kebutuhan yang dianggap sangat penting bagi sebagian masyarakat. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak rumah makan atau restoran cepat saji yang menawarkan produk dan jasanya untuk

memenuhi kebutuhan masyarakat akan gaya hidup masa kini.

Restoran atau rumah makan Jepang Sushi Tei Sukawangi di Bandung merupakan salah restoran yang berusaha memenuhi kebutuhan akan gaya hidup masyarakat masa kini akan makanan cepat saji yang disukai oleh seluruh masyarakat. Konsep yang dikembangkan oleh Restoran atau rumah makan Jepang Sushi Tei Sukawangi adalah dapur terbuka yang mirip dengan khas budaya resto Jepang. Sushi Tei juga yang merupakan restoran Jepang pertama dengan konsep makanan diatas *belt conveyor*. Konsep *Belt Conveyor* memungkinkan pelanggan untuk memilih makanan yang diinginkan. Hampir semua bahan dasar dari menu Sushi Tei adalah ikan laut. Hal ini dikarenakan masyarakat Jepang sangat menyukai ikan laut. Saat berada di Sushi Tei, pelanggan akan serasa berada di Jepang karena semua konsepnya menggunakan Jepang bahkan pramusajinya memakai pakaian khas Jepang.

Adanya fluktuasi jumlah pengunjung Restoran atau rumah makan Jepang Sushi Tei Sukawangi di Bandung menunjukkan bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan (loyalitas) pelanggan dalam menggunakan produk olahan makanan Jepang. Dengan demikian, pihak Restoran atau rumah makan Jepang Sushi Tei Sukawangi perlu untuk menjaga, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas pelanggannya agar tidak beralih ke restoran atau rumah makan cepat saji lainnya.

Secara teori loyalitas pelanggan merupakan suatu faktor yang dapat memberikan berbagai keuntungan bagi pemasar. Loyalitas ini merupakan perilaku pasca pembelian atau penggunaan produk. Bentuk dari loyalitas yang dapat terlihat secara empiris adalah pembelian ulang dan perkomendasian (Hermawan, 2011). Telah banyak penelitian yang telah dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu produk. Penelitian yang dilakukan Septiadi santoso dan Hening Widi Oetomo (2013)

dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LABORATORIUM KLINIK POPULER SURABAYA” menunjukkan terdapat hasil pengujian secara simultan menunjukkan pengaruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya adalah signifikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Asminar Mokodongan (2010) dengan judul “Analisis Penerapan Program Customer Relationship Management Hubungannya dengan Loyalitas Pelanggan pada Swiss Belhotel Maleosan Manado” menunjukkan hubungan yang sangat rendah atau negatif antara *Customer Relationship Management* dengan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada : Sushi Tei Sukawangi di Bandung)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

- Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi tujuan dari penelitian ini adalah :

- Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk dapat lebih memahami mengenai kualitas layanan dalam perusahaannya. Dengan memahami elemen-elemen yang ada pada kualitas layanan, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Perusahaan perlu memahami dan juga menerapkan kualitas layanan yang baik diperusahaannya guna mengetahui seberapa besar dampak yang dihasilkan terhadap loyalitas konsumen Sushi Tei. Sehingga dengan menerapkan kualitas layanan yang baik perusahaan dapat mengetahui apakah kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap perusahaan dan dapat meningkatkan profit perusahaan.

Perusahaan juga perlu mencari tahu strategi apa saja yang dapat menciptakan loyalitas konsumen Sushi Tei, dan juga strategi apa saja yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki dalam memasarkan perusahaan mereka melalui segala aspek, dan salah satunya adalah aspek di bidang kualitas layanan.

- Bagi Akademisi

Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat membantu pengembangan penelitian tentang kualitas layanan.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi para akademisi, sehingga dapat memperkaya teori tentang penelitian yang berkaitan sehingga dapat memperluas pengetahuan dan informasi ilmu pengetahuan.

