

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, persaingan di dalam dunia bisnis semakin ketat dengan semakin banyaknya kompetitor. Perusahaan harus mempunyai kelebihan tertentu yang tidak dimiliki pesaingnya agar bisa menarik pelanggan. Untuk menarik pelanggan, hal-hal yang umumnya dilakukan oleh perusahaan adalah inovasi produk, penentuan harga, pelayanan yang memuaskan, dan lain-lain. Hal-hal tersebut dilakukan sebagai syarat untuk dapat mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat saat ini di Indonesia adalah bisnis pelayanan jasa. Menurut Lovelock (1996), kunci pembeda barang dan jasa adalah pada kenyataan bahwa konsumen seringkali menerima nilai dari jasa tanpa mendapatkan kepemilikan permanen dari elemen yang berwujud. Menurut Zeithaml (1996), jasa dikemas secara kompleks, dijelaskan bahwa jasa adalah perbuatan dan penampilan. Definisi ini menjelaskan bahwa jasa secara murni tidak berwujud, tidak dapat dilihat, tidak dapat diraba, sehingga keunggulan jasa baru dapat dirasakan ketika konsumen mengkonsumsinya. Industri di bidang jasa merupakan salah satu industri yang fenomenal karena tingkat pertumbuhannya yang sangat pesat. Pertumbuhan industri jasa ini berkembang pesat karena banyaknya pilihan sektor, dan industri jasa ini banyak dibutuhkan oleh pelanggan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Kotler, 2005).

Salah satu industri jasa yang berkembang pesat saat ini di Indonesia adalah restoran cepat saji, atau biasa disebut *fastfood*. Bisa kita lihat sekarang ini, banyak kita jumpai restoran cepat saji, khususnya di kota Bandung, apakah itu yang berada di mal-mal yang tersebar di kota Bandung, atau yang berdiri sendiri di beberapa lokasi di kota Bandung. Dengan begitu banyaknya restoran cepat saji di Bandung, persaingan untuk mendapat pelanggan pun semakin ketat, setiap restoran cepat saji berlomba-bertolombola untuk memberikan pelayanan yang lebih kepada para pelanggannya, karena mereka menyadari bahwa memuaskan pelanggan dengan layanan jasa yang baik adalah kunci keberhasilan dalam lingkungan bisnis yang tingkat persaingannya sangat tinggi.

Salah satu restoran cepat saji yang masih bertahan adalah Texas Fried Chicken. Ciri khas dari Texas Fried Chicken, tentu saja ada pada ayam gorengnya. Texas Fried Chicken tersebar di kota-kota di Indonesia, salah satunya banyak berdiri di kota Bandung, yang biasanya berada di mal-mal. Dengan cabang yang banyak, Texas Fried Chicken dituntut harus bisa membuat standarisasi pelayanan yang bisa menarik pelanggan. Tentu saja hal ini tidak mudah, mengingat banyaknya cabang yang ada, tetapi hal ini tetap harus dilakukan karena pelanggan yang loyal merupakan aset perusahaan. Pelayanan dari Texas Fried Chicken, selain harus memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, juga harus bisa menciptakan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dicapai apabila Texas Fried Chicken bisa secara konsisten mempertahankan kualitas pelayanannya.

Menurut Zeithaml (1996), kualitas pelayanan adalah “*a customer’s judgment of the overall excellence or superiority of a service*”. Menurut Parasuraman, et. al.,

dalam Lupiyoadi (2001), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa jika kenyataan yang diterima pelanggan lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka mereka akan kecewa. Jika kenyataan yang diterima pelanggan sama dengan atau lebih tinggi dari harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas. Pelanggan yang merasa puas tentunya akan loyal / setia terhadap produk atau perusahaan tersebut.

Menurut Kotler (2000), *“the long term success of the a particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but on the number who became repeat purchase”*. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

Menurut Griffin (2002), sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai, dan secara terus-menerus berupaya untuk memperbaikinya. Mengingat pentingnya kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI TEXAS FRIED CHICKEN DI BANDUNG INDAH PLAZA BANDUNG** “.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian di atas, penulis dapat mengidentifikasi permasalahan yang ada yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Texas Fried Chicken di Bandung Indah Plaza Bandung ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Texas Fried Chicken di Bandung Indah Plaza Bandung ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, maka maksud dan tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Texas Fried Chicken di Bandung Indah Plaza Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Texas Fried Chicken di Bandung Indah Plaza Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan keilmuan, terutama ilmu manajemen pemasaran, dalam hal kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga dapat

digunakan sebagai pembanding maupun sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi mereka yang tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang yang sama.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan pemikiran dan bahan masukan yang bermanfaat bagi Texas Fried Chicken di Bandung Indah Plaza Bandung, dalam pengambilan keputusan, khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.