

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dengan semakin majunya perkembangan dunia bisnis saat ini menyebabkan timbulnya tingkat persaingan yang semakin ketat di antara 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 rumah 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 Sea Food 707 merupakan salah satu jenis rumah makan yang berada di kota Sumedang. Sama seperti halnya bisnis rumah

makan yang lainnya yang ada di Sumedang Rumah Makan Sea Food 707 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 Sea Food 707.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Sea Food 707, Sumedang”.

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. Bagaimana sikap dan tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Sea Food 707, Sumedang ?
2. Seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Rumah Makan Sea Food 707, Sumedang terhadap tingkat kepuasan konsumen ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap pelayanan yang dilakukan Rumah Makan Sea Food 707 di Sumedang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan yang telah diberikan Rumah Makan Sea Food 707 di Sumedang 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 Sea Food 707 di Sumedang.

- Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman khususnya di bidang pemasaran dengan materi kajian tentang kualitas pelayanan.

2. Pihak Perusahaan

- Penulis dapat memberikan sumbangan tenaga dan pikiran yang akan dijadikan masukan atau informasi bagi perusahaan dalam bidang strategi pemasaran, khususnya ”kualitas pelayanan”.

3. Pihak Lain

- Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dapat memberikan pengetahuan tambahan dan menambah wawasan dalam Bidang Pemasaran, terutama dalam kualitas pelayanan Rumah Makan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Perusahaan merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba.

Dalam menjalankan usahanya baik yang menghasilkan produk maupun jasa diperlukan adanya suatu cara untuk mengendalikan kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu, perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas pelayanan serta faktor-faktor yang terdapat dalam lingkungan pemasaran.

Faktor yang terdapat dalam lingkungan pemasaran ini ada dua macam. Ada faktor yang dapat dikendalikan dan ada juga faktor yang tidak dapat dikendalikan. Faktor yang dapat dikendalikan antara lain meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari produk (*product*), promosi (*promotion*), saluran distribusi (*place*), sedangkan non-pemasaran meliputi sumber daya manusia, keuangan, dan produksi. Faktor yang tidak dapat dikendalikan antara lain meliputi lingkungan makro yang terdiri dari demografis, ekonomi, fisik, teknologi, politik/hukum, sosial/budaya, serta lingkungan mikro yang terdiri dari pemasok, perantara, pelanggan, dan pesaing.

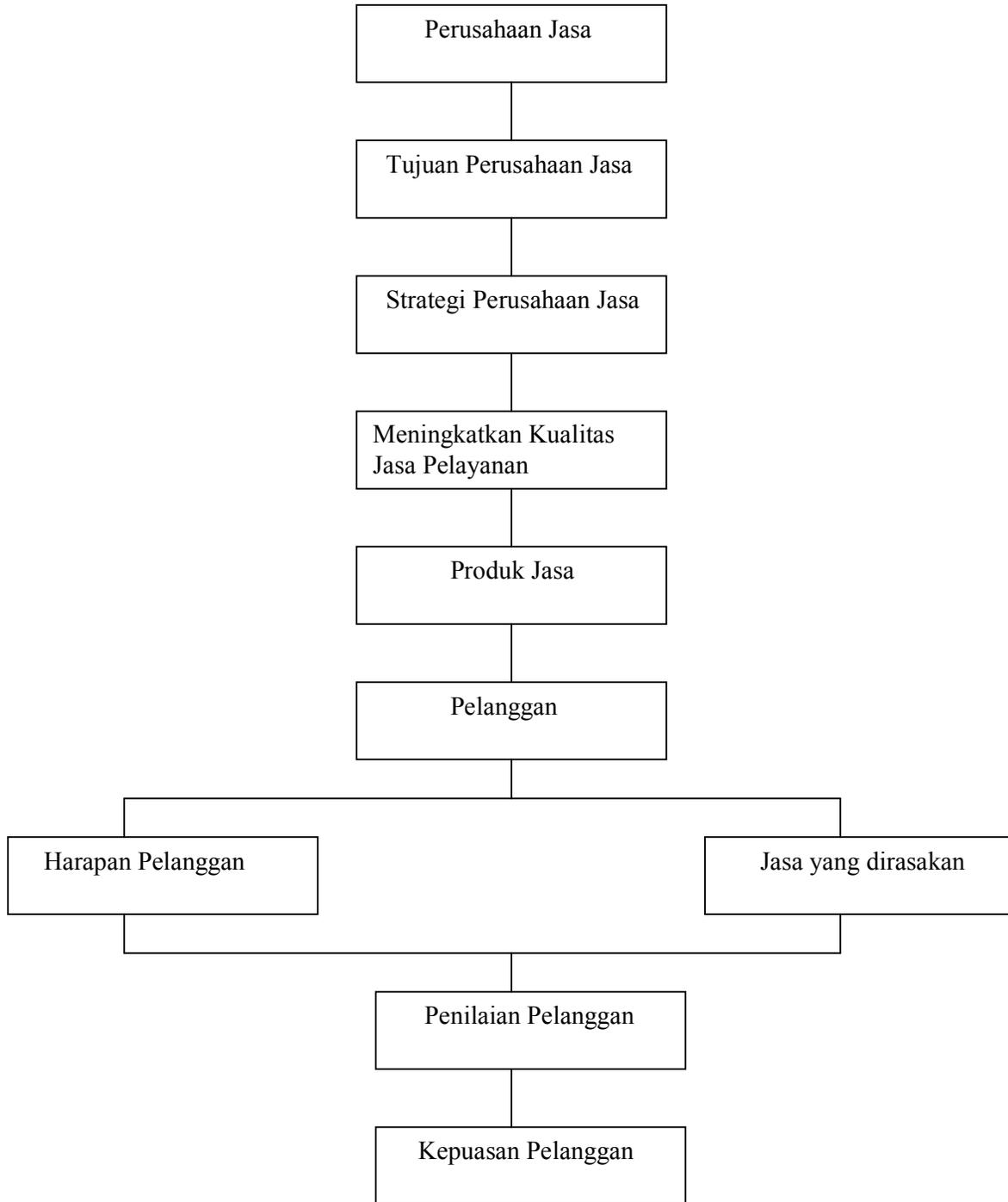
Kebutuhan produk atau jasa konsumen selalu berubah dari waktu ke waktu dan dalam memenuhi kebutuhan itu produsen haruslah melakukan pengembangan produk atau jasa menjadi semakin baik dari sebelumnya. Untuk memasarkan produknya produsen harus mempertimbangkan proses penyampaian dalam hal ini adalah interaksi dengan konsumen untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan.

Hubungan yang tercipta antara konsumen dan produsen sangat penting, karena hubungan yang tercipta ini akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan juga kelangsungan hidup perusahaan.

Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan dengan menyusun strategi dalam penyampaian jasa yang efektif untuk dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Adapun jasa/pelayanan yang diberikan oleh perusahaan mencakup:

- Jenis jasa/pelayanan yang diberikan
- Pasar sasarannya
- Desain jasa yang dimiliki
- Tingkat kepuasan yang akan diberikan

Perusahaan jasa mempunyai tugas untuk menghasilkan jasa yang memberikan kepuasan kepada konsumennya. Konsumen yang telah merasakan jasa tersebut akan membandingkan antara harapannya dengan jasa yang telah dirasakannya. Setelah itu, konsumen akan memberikan penilaiannya terhadap jasa tersebut, bisa berupa kepuasan atau ketidakpuasan terhadap jasa tersebut. Apabila konsumen merasa puas, maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian kembali, yang berarti akan menambah penghasilan perusahaan.



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran

1.6. Hipotesis Penelitian

Untuk menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis yang diajukan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:
Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Makan sea Food 707 Sumedang, akan semakin besar pula kepuasan konsumen”.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesa penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan konsep dan teori yang relevan dengan topik penelitian serta bukti-bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya. Bab ini juga mengembangkan hipotesis-hipotesis yang perlu dipecahkan sesuai dengan konsep dan teori.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai sifat penelitian, sumber data, populasi dan pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, definisi

operasional, dari variabel-variabel penelitian, dan prosedur analisis data awal yang dilakukan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai karakteristik responden, hasil pengujian model pengukuran yang terdiri dari uji t untuk dua sampel berpasangan, uji satu sample, analisis regresi dan analisis korelasi serta pemecahan masalah hipotesis yang ditawarkan dalam penelitian dan interpretasi terhadap hasil yang diperoleh.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, dan batasan penelitian, implikasi manajerial dan saran-saran untuk penelitian berikutnya.