

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan konsumen menjadi kunci dalam mempertahankan keberadaan konsumen sehingga usaha tersebut dapat tetap bertahan ditengah persaingan yang meningkat. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pengelola restoran adalah melakukan perbaikan secara berkelanjutan, karena kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting. Jika konsumen merasa puas terhadap apa yang telah diberikan oleh pengelola restoran tersebut maka kemungkinan konsumen akan berminat untuk melakukan pembelian ulang, merekomendasikan apa yang mereka rasakan kepada teman dan saudaranya dan terakhir mereka akan loyal terhadap restoran tersebut.

Untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis Restoran ini tidak mudah karena semakin banyaknya pesaing di bisnis ini. Mulai dari daerah perkotaan hingga daerah pedalaman yang memiliki berbagai macam sajian hidangan khas yang sangat lezat. Adanya proses globalisasi sekarang ini, perkembangan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu mempercepat proses inovasi dan perkembangan produk barang dan jasa, apalagi kita dalam menghadapi pasar bebas maka kualitas jasa pelayanan terhadap konsumen harus menjadi titik perhatian bagi setiap organisasi. Kepuasan konsumen harus ditata sedemikian penting untuk eksistensi suatu perusahaan atau organisasi.

Suatu produk atau jasa harus memiliki daya saing agar menarik pelanggan, sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa adanya pelanggan. Suatu produk hanya

memiliki daya saing bila keunggulan produk tersebut terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan jasa tersebut kepada pelanggan. Agar dapat bersaing suatu produk harus memiliki keunikan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. (Rangkuti, 2002). Keunikan serta kualitas pelayanannya harus disesuaikan dengan manfaat yang dibutuhkan oleh pelanggan atau dengan kata lain manfaat suatu produk tergantung pada seberapa jauh produk tersebut memenuhi nilai-nilai yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Suksesnya suatu industri jasa tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola tiga aspek penting yaitu janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan, kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut serta kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada pelanggan. Jasa pelayanan yang diberikan dengan baik merupakan strategi keuntungan karena akan dapat menghasilkan lebih banyak yang baru. Jasa pelayanan dapat membangun kultur organisasi yang baik dimana manusia yang terlibat didalamnya dapat mengembangkan potensi mereka, serta jasa merupakan komponen kunci untuk mendorong suksesnya suatu perusahaan disamping memaksimalkan manfaat dan meminimalkan beban bukan harga untuk konsumen (Berry et al, 2010).

Berkaitan dengan hal tersebut perlulah dilakukan suatu studi kualitas pelayanan jasa yang diterima oleh konsumen sehingga dapat diketahui sekaligus mengelola bagian yang menjadi penggerak dalam penyampaian pelayanan jasa tersebut. Mendengar apa yang diinginkan konsumen merupakan hal yang penting dalam memformasikan strategi pemasaran perusahaan (Kertajaya, 2006). Penelitian yang dilakukan Dabholkar, et al (2000) dalam Tjiptono (2005),

menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai juga memegang pengaruh dalam menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas produk juga memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan potensial apabila mereka merasa terpuaskan dengan produk tersebut (Kotler 2005).

Saat ini terjadi persaingan yang kuat antar perusahaan asing dengan perusahaan lokal untuk mencapai keunggulan bersaing dalam dunia *industry food and beverage*. Tantangan yang harus di hadapi saat ini adalah cara menemukan cara meningkatkan loyalitas pelanggan dan retensi. Transformasi pelanggan yang acuh tak acuh menjadi lebih setia dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Melihat fenomena ini perusahaan lokal seperti Solaria harus mampu merespon dengan baik permintaan pasar di sektor *food and beverage*. Penelitian ini dilakukan di restoran Solaria. Solaria berdiri sejak tahun 1995, pertama kali memiliki gerai di Lippo Cikarang mall. Solaria restoran lokal dan asli Indonesia (*local brand*) yang merupakan restoran keluarga dengan berkonsep *casual dinning*. Dengan jumlah 200 *outlet* yang tersebar di seluruh kota besar di Indonesia. Solaria merupakan restoran lokal yang banyak diminati. Namun jika diperhatikan lebih cermat, pengunjung Solaria saat ini tidak seperti tahun-tahun sebelumnya, banyak *outlet* Solaria yang cenderung sepi bahkan dihari libur sekalipun.

Hal tersebut mengundang rasa penasaran, sehingga di adakan pra survey pada tanggal 22 Juli 2017 kepada 50 pengunjung Restoran Solaria cabang Mall Puri Indah, Jakarta Barat.

Berdasarkan data pra survey kepada 50 pengunjung, dimana pengunjung restoran solaria puri kembangan Jakarta barat, hasil pra survey menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1. Hasil Pra Survey Awal

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
1	Pelayanan yang diberikan ramah dan cepat sehingga membuat saya selalu memilih restoran ini	10	20%	40	80%
2	Restoran ini memiliki rasa makanan yang enak dan menggugah selera	17	34%	33	66%
3	Produk yang disajikan sesuai dengan harga yang ditawarkan	19	38%	31	62%
4	Saya akan datang kembali untuk makan di restoran ini bersama keluarga atau teman-teman	22	44%	28	56%

Sumber: Data diolah, 2017

Terlihat bahwa untuk kualitas pelayanan 80% responden menyatakan kualitas pelayanan di Solaria tidak baik, untuk kualitas produk 66% responden menyatakan kualitas produk tidak baik, untuk persepsi nilai 62% responden menyatakan bahwa persepsi nilai mereka terhadap Solaria tidak baik dan 56% responden tidak ingin kembali ke Solaria.

Penelitian ini merupakan replikasi yang telah di modifikasi dari “Mosahab, Mahamad, Ramayah dalam *International Journal of Business Research Vol. 3, No. 4 (October 2010,pp.72-80). Service Quality, customer satisfaction and loyalty: A test of mediation*”. Dari penelitian yang ada disebutkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas di Sepah bank’s Malaysia. Dengan meningkatnya kualitas layanan di Sepah bank’s

Malaysia, loyalitas dan kepuasan pelanggan akan ditingkatkan juga. Dengan kata lain, kualitas pelayanan lebih tinggi dapat menyebabkan kepuasan pelanggan.

Yang membedakan dari penelitian ini dengan jurnal tersebut adalah, dalam jurnal tersebut penelitian dilakukan di Sepah Bank's yang ada di Malaysia, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berlokasi di restoran solaria cabang Mall Puri Indah, Jakarta Barat, selain itu penulis juga menambahkan variabel kualitas produk dan persepsi nilai. Penulis ingin mengetahui apakah hasil dari penelitian terdahulu masih tetap berlaku atau dapat digantikan. Solaria memiliki citra merek yang kuat di kalangan masyarakat sehingga menarik untuk dilakukan penelitian pada perusahaan tersebut. Banyaknya Jumlah konsumen Solaria membuat perusahaan harus terus meningkatkan kepuasan konsumen dengan menjaga kualitas pelayanan, kualitas produk dan meningkatkan persepsi nilai konsumen

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik mengambil judul penelitian: **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Solaria Puri Kembangan, Jakarta Barat).**

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pelayanan yang kurang ramah (sopan) dan tidak cepat tanggap sehingga konsumen merasa kualitas pelayanan kurang baik (tidak puas).
2. Rasa makanan kurang enak, sehingga berakibat konsumen tidak puas.

3. Perbandingan harga dengan kualitas makanan yang kurang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga persepsi konsumen terhadap nilai menjadi kurang baik
4. Pelayanan yang tidak memenuhi ekspektasi konsumen, sehingga konsumen enggan membeli produk baru yang ditawarkan

1.2.2 Pembatasan Masalah

1. Dalam penelitian ini, penulis melakukan pembatasan masalah hanya pada masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, persepsi nilai dan kepuasan konsumen.
2. Semua konsumen yang pernah membeli makanan di restoran solaria.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka dapat di rumuskan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat?
3. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi nilai secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat?
5. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi nilai secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada restoran solaria puri kembangan jakarta barat.

1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Bagi Perusahaan
Mengetahui hal apa saja yang dapat ditingkatkan sehubungan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Sebagai bahan referensi khususnya untuk penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi nilai serta kepuasan konsumen.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi penulis terutama di bidang ilmu pemasaran dan metodologi penelitian.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian yang diperoleh dari keadaan yang terjadi secara nyata di lapangan diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan, serta memberikan kontribusi pada perkembangan penelitian – penelitian selanjutnya.

