

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejalan dengan kemajuan dalam pendidikan, perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka kesadaran masyarakat terhadap unsur-unsur pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan semakin meningkat. Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui jasa atau pelayanan yang diberikan.

Pelaksanaan *service quality* yang menyeluruh oleh perusahaan terhadap pelanggan akan mengakibatkan pelanggan tersebut merasa puas dan kembali lagi untuk mengadakan pembelian ulang (*rebuying*). Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Dengan kata lain perusahaan yang dapat memuaskan pelanggan akan memiliki pelanggan yang loyal.

Pelanggan adalah satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas pelayanan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima (*perceived service*) dengan pelayanan yang mereka harapkan (*expected service*). Baik tidaknya kualitas

jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Demikian pula halnya dengan bisnis foodcourt. Bisnis utama foodcourt bergeser dari sekedar menyediakan segala macam makanan untuk dijual, menjadi usaha melayani dan memuaskan rasa lapar pelanggan dengan disertai usaha menyediakan suasana yang kondusif bagi pelanggan untuk menikmati hidangan. Bahkan tidak jarang pula di restoran disajikan hiburan musik. Adanya suatu foodcourt cepat saji yang menjamin produknya halal lebih banyak dipilih untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Di Indonesia pada saat sekarang ini telah banyak bermunculan restoran cepat saji.

Foodcourt Delima merupakan salah satu restoran yang ada di Grand Indonesia. Foodcourt Delima terus meningkatkan kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan pelanggan. Upaya yang dilakukan untuk memuaskan pelanggan misalnya dengan ketanggapan pada saat ada keluhan dari pelanggan, pelayanan yang rapi, sopan dan ramah, kenyamanan, kecepatan, ketepatan waktu pelayanan, kebersihan dan kondisi fisik foodcourt yang memadai. Kualitas pelayanan meliputi gambaran keseluruhan dari apa saja yang diberikan perusahaan ke pelanggan, hanya memberikan harga murah saja tidak akan membuat pelanggan foodcourt selalu datang ke foodcourt tertentu. Namun, upaya yang dilakukan perusahaan tersebut belum tentu sudah memenuhi harapan semua pelanggan.

Telah menjadi suatu kepercayaan umum, khususnya di dunia bisnis, bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Adanya umpan balik dari pelanggan, hasilnya dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk menyusun strategi pemasaran dalam hal kualitas jasa pelayanan yang dapat memuaskan dan mempertahankan pelanggan.

Dari latar belakang tersebut diatas maka penulis merasa tertarik untuk mengangkat masalah tersebut sebagai judul skripsi yang akan penulis susun dengan judul “ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA FOODCOURT DELIMA GRAND INDONESIA.”

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Beberapa masalah yang dapat diidentifikasi penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kesadaran masyarakat terhadap unsur-unsur pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan semakin meningkat.
2. Kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan pada pelanggan.

3. Kinerja perusahaan dalam menciptakan kualitas pelayanan.
4. Harga yang murah saja tidak menjamin pelanggannya puas.
5. Tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan foodcourt Delima.

Dalam penelitian ini pembahasan masalah hanya dibatasi pada masalah hubungan dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Delima.

C. Perumusan Masalah Penelitian

Atas dasar latar belakang dan pembahasan masalah, maka perumusan masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan foodcourt Delima ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen foodcourt Delima ?
3. Apakah ada hubungan pelayanan dengan kepuasan konsumen foodcourt Delima ?
4. Seberapa besar hubungan pelayanan dengan kepuasan konsumen foodcourt Delima ?
5. Dimensi manakah yang mempunyai hubungan paling kuat ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan foodcourt Delima.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen foodcourt Delima.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dimensi kualitas pelayanan foodcourt Delima dengan kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan semua dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.
5. Untuk mengetahui dimensi mana sajakah antara realibility, responsiveness, assurance, emphaty, tangibles yang mempunyai hubungan paling dominan dengan kepuasan konsumen pada foodcourt Delima

E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1. Bagi foodcourt Delima sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen foodcourt Delima dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggannya.
2. Bagi penulis untuk meningkatkan wawasan pengetahuan tentang penerapan teori yang didapat selama kuliah dengan kenyataan di lapangan.

3. Bagi Universitas penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pembaca mengenai hubungan dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

F. Sistematika Penulisan

Skripsi ini tersusun dalam 6 (enam) bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, untuk melihat sejauh mana teori yang dapat diterapkan dalam pelaksanaan yang nyata serta mendukung pemecahan masalah dan bab ini diakhiri dengan kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode

pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data, serta definisi operasional variabel.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK YANG DITELITI

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan pembagian tugas, kegiatan-kegiatan dan usaha perusahaan, serta data responden.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan hasil penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Delima dan pembahsan masalah-masalah tersebut.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya.