

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perdagangan pada era globalisasi ini tidak dapat dipungkiri tidak luput dari persaingan yang semakin ketat dalam memasarkan produk dan jasa. Pada lingkungan global yang berubah semakin cepat saat ini menyebabkan setiap perusahaan, termasuk bisnis jasa mencoba untuk mencari cara yang inovatif guna mencapai keunggulan yang kompetitif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan tanpa mengorbankan kualitas pelayanan.

Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat saat ini ialah bisnis kuliner, dimana pada saat ini dunia kuliner menjadi trend di kalangan masyarakat dan merupakan kebutuhan manusia yang paling utama. Terlebih lagi Indonesia dikenal dengan dunia kulinernya sehingga makanan yang diperjual belikan pun tersedia dalam berbagai jenis. Karena pangan merupakan kebutuhan manusia yang utama, maka usaha di bidang kulinerpun banyak yang bermunculan, sehingga membuat persaingan di dunia kuliner semakin tinggi. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Menurut Kotler dan Armstrong, dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi

perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya¹

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen karena dari itu konsumen dapat menilai proses penyampaian tersebut.

Menurut Dick dan Basu, salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran. Dalam Caruana, loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan. Menurut Reichheld dan Sasser, loyalitas pelanggan memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis.²

Menurut Oliver dalam Birgelen, Ruyter dan Wetzels, Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau suatu evaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah

¹ Oldy Ardhana, *Analisis pengaruh kualitas Pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan*, Semarang: skripsi Universitas Diponegoro, 2010, Hal. 17

² Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Jakarta: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Universitas Indonesia, 2010, Volume 17

pemakaian. Menurut Olson dan Dover pada Spreng, Meckenzie dan Olshavsky mendefinisikan harapan sebagai kepercayaan seseorang terhadap kemampuan suatu produk pada suatu waktu di masa yang akan datang. Menurut Oliver pada Birgelen et all, harapan dapat dibagi menjadi komponen, yaitu kemungkinan yang terjadi dan evaluasi dari yang terjadi. Harapan sendiri terbentuk atau dipengaruhi oleh pengalaman dari pembeli atau pelanggan, pernyataan atau informasi dari sumber perusahaan seperti misalnya dari iklan, media dan teman, juga dari informasi pesaing dan janji perusahaan.³

Anderson et al. menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap barang atau kualitas layanan yang diberikan, maka akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga minat beli pelanggan meningkat dan membuat pelanggan loyal terhadap produk perusahaan. Namun penurunan jumlah pelanggan kemungkinan terjadi berkaitan dengan beralihnya pelanggan ke perusahaan pesaing disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan. Menurut Anderson, Fornell dan Lechman apabila pelanggan puas terhadap barang atau pelayanan yang diberikan, maka akan menimbulkan peningkatan kesetiaan pelanggan.⁴

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada “Waroeng Spesial Sambal” cabang Tanjung duren Jakarta Barat, dimana Waroeng Spesial Sambal

³ Joko Sugihartono, *Analisis pengaruh Citra, Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Semarang: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, 2009, Hal. 10

⁴ *Ibid.*, Hal. 11

ini merupakan jenis usaha franchise yang pusatnya berada di kota Yogyakarta. Waroeng Spesial Sambal cabang Jakarta Barat memiliki manajemen, jenis menu, dan layout yang sesuai dengan yang ditentukan oleh Waroeng Spesial Sambal pusat yang ada di Jogjakarta. Sesuai dengan namanya Waroeng Spesial Sambal memberikan aneka ragam pilihan sambal dan lauk yang tidak dimiliki oleh rumah makan lainnya. Dan langkah awal Waroeng Spesial Sambal dalam menarik pelanggan pecinta masakan pedas adalah dengan slogan "PEDAS ABIS".

Waroeng Spesial Sambal ini terletak di daerah yang cukup banyak pesaing-pesaing yang terlebih dahulu sudah terkenal dan ramai akan konsumen. Rumah makan ini baru buka satu tahun lamanya dan berhasil mengikat pelanggan yang cukup banyak yang memiliki loyalitas terhadap terhadap Waroeng Spesial Sambal. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri yang dirasakan oleh konsumen dan dengan begitu konsumen akan memberikan loyalitasnya kepada perusahaan. Berdasarkan hal tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Jakarta Barat melalui kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan mengangkat topik :

“ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN”(Studi pada waroeng SS cabang Tanjung Duren Jakarta Barat)

Penelitian ini merupakan replikasi dan modifikasi dari jurnal utama yang sebelumnya meneliti pada sebuah Hotel Industri di negara Pakistan sedangkan penulis meneliti tentang rumah makan yang menjadi salah satu kuliner di Jakarta Barat. Jurnal utama tersebut berjudul, ” *The Impact of Service on Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Brand Image: Evidence from Hotel Industry of Pakistan*”, yang diteliti oleh Saleem Hamad and Naintara Sarfraz Raja pada tahun 2014.

B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan

1. Identifikasi Masalah

Dalam pengidentifikasian masalah ini, penulis berusaha menjawab semua masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, dimana mencakup beberapa hal seperti :

- a. Semakin ketat persaingan bisnis kuliner, dimana pada saat ini dunia kuliner menjadi trend di kalangan masyarakat dan merupakan kebutuhan manusia yang paling utama.
- b. Semakin maraknya tempat makan dan café-café yang muncul di daerah Tanjung Duren dengan berbagai jenis makanan dan minuman yang unik-unik.
- c. Semakin banyaknya pelanggan yang lebih berminat untuk mengonsumsi makanan barat daripada daerah.
- d. Semakin banyaknya orang-orang yang membeli makanan dari luar cenderung harus masak sendiri.

2. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penulis membatasi masalah yang akan dibahas hanya tentang kualitas pelayanan saja.
- b. Penulis membatasi masalah yang akan dibahas hanya tentang kepuasan pelanggan saja.
- c. Penulis hanya membatasi masalah yang akan dibahas hanya tentang loyalitas konsumen saja.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen ?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Waroeng SS cabang Tanjung Duren Jakarta Barat.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Waroeng SS cabang Tanjung Duren Jakarta Barat.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Waroeng SS cabang Tanjung Duren Jakarta Barat.

E. Manfaat penelitian

1. Memperkaya kajian empiris mengenai kualitas pelayanan yang dikaitkan dengan kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan citra merek.
2. Dapat dijadikan kajian untuk penelitian selanjutnya yang berminat terhadap kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan citra merek.
3. Bagi pihak perusahaan dan pengelola, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan, loyalitas dan citra merek.
4. Penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen didalam bisnis untuk diterapkan kedepan.

F. Sistematika penelitian

Penulisan ini disusun berdasarkan suatu sistematika penulisan ilmiah yang teratur sehingga memudahkan pembaca untuk membaca dan memahaminya.

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang penjelasan mengenai latar belakang permasalahan, indentifikasi masalah dan pembatasan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Menjelaskan tentang landasan teori yang di dalamnya terdapat penjabaran secara teoritis mengenai pengertian konsep kualitas pelayanan, konsep kepuasan konsumen, konsep loyalitas pelayanan, proses keputusan pembelian dan hipotesa penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini dijelaskan mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi sampel, metode pengumpulan data, metode analisa data, dan definisi operational variabel.

BAB IV : Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada bab ini membahas tentang sejarah perusahaan dan karakteristik responden yang terdapat dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian.

BAB V : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini dijelaskan mengenai uraian dan analisis hasil penelitian baik secara deskriptif maupun pengujian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya menggunakan perangkat statistic.

BAB VI : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini memuat tentang hasil analisis serta kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang dilakukan. Bab ini juga berisi saran dan masukan serta implikasi manajerial dan arahan tentang penelitian lanjutan di masa yang akan datang.