**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin bertambah pesat, sehingga perusahaan di dalam mengelola usaha diharapkan mampu menggunakan sumber daya manusia dengan baik dan benar. Sumber daya manusia merupakan bagian yang cukup penting dalam pencapaian tujuan organisasi baik itu perusahaan besar maupun kecil. Sumber daya manusia merupakan salah satu motor penggerak utama bagi setiap operasi perusahaan.

Mengingat semakin ketatnya persaingan antar perusahaan dewasa ini menuntut perusahaan mampu bertahan dan berkompetisi dengan perusahaan lain, salah satu hal yang dapat ditempuh perusahaan agar mampu bertahan dalam persaingan yang ketat yaitu meningkatkan kualitas produk, memberikan harga yang kompetitif dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Peranan kualitas pelayanan dalam perusahaan sangatlah penting kerena sebagai penggerak utama seluruh kegiatan atau aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya, baik untuk memperoleh keuntungan maupun untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam mempertahankan kegiatannya dimulai dari manusia itu sendiri dalam mempertahankan perusahaan dalam meningkatkan kinerja secara maksimal.

Perusahaan harus memiliki daya tarik dan memberikan citra yang baik dimata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan berkualitas. Melihat keadaan tersebut, perusahaan harus berusaha untuk memperbaiki keadaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya masyarakat sebagai konsumen akan pindah ke perusahaan yang lain.

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam suatu perusahaan. Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada kosumen, perusahaan harus memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterima dengan harapannya. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa yang diberikan. Apabila jasa pelayanan berada dibawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain dan pindah kepada pelaku usaha atau perusahaan lain. Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pada pelanggan harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik dimasa mendatang dan perusahaan perlu lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen saling berinteraksi satu sama lain. Agar dapat bertahan dalam persaingan didunia bisnis saat ini, perusahaan harus memiliki konsumen yang loyal, salah satu caranya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen sehingga tercipta rasa kepuasan konsumen.

Rumah makan Dapoer Steak merupakan salah satu rumah makan yang bergerak di bidang kuliner yang didirikan pada tahun 2009 oleh Bapak H. Toni Kustiwa, SH. Rumah Makan Dapoer Steak cabang 1 bertempat di jalan Suryakencana No.37 Kota Sukabumi. Rumah Makan Dapoer Steak juga memiliki 2 cabang lainnya yang berada di Kota Sukabumi. Rumah Makan Dapoer Steak tidak hanya menjual menu makanan *steak* saja akan tetapi Dapoer Steak juga menjual menu makanan lain yang digemari oleh para konsumen seperti olahan daging lainnya, nasi timbel, makanan ringan, masakan yang bercita rasa khas sunda,dan aneka minuman.

Berdasarkan penjajagan yang peneliti lakukan kepuasan pelanggan Dapoer Steak masih rendah. Hal ini ditunjukan dengan masalah yang terjadi yaitu:

1. *Service quality*, kepuasan pelanggan pada tingkat layanan yang diberikan Rumah Makan Dapoer Steak belum mampu memenuhi sesuai ekspetasi atau harapan konsumen. Contoh: kurangnya pelayanan yang diberikan terhadap konsumen sehingga menimbulkan kejenuhan bagi konsumen tersebut karena faktor kelambanan dalam hal menyediakan layanan seperti pembuatan penyajian makanan. yang seharusnya tersaji kepada konsumen berkisaran waktu 7-10 menit, namun terkadang tersaji hingga 15 menit, serta minuman yang seharusnya tersaji sekitar 3-5 menit dan disajikan sebelum makanan datang, akan tetapi terkadang tersaji hingga 10 menit bahkan tersaji sesudah makanan datang atau berbarengan dengan makanan.

Tabel 1.1

Ukuran Waktu Penyajian

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Produk | Keterangan | Target / Kisaran waktu | Pencapaian |
| Makanan | Kelambatan dalam penyediaan makanan kepada komsumen | 7- 10 menit | 15 menit |
| Minuman | Seharusnya menyediakan minuman sebelum makanan datang. | 3- 5 menit | 10 menit |

Sumber: Rumah Makan Dapoer Steak

1. *Emotinal factor*, kekurang puasan pelanggan karena adanya nilai sosial atau gengsi ketika menikmati layanan pada Rumah Makan Dapoer Steak. Contoh: Tidak adanya kejelasan pangsa pasar yang dituju oleh Rumah Makan Dapoer Steak sehingga pelanggan tidak merasa bergengsi setelah mengunjungi dan membeli produk.

Berdasarkan permasalahan – permasalahan tersebut maka diduga disebabkan oleh:

1. *Responsiveness,* berkenaan dengan kesediaan dan kekurang mampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Contoh: Rumah Makan Dapoer Steak kurang memberikan pelayanan yang cepat dan merespon keluhan atau kritikan konsumen dengan segera. Serta adanya layanan *delivery* yang disediakan oleh Rumah Makan Dapoer Steak akan tetapi tidak adanya pegawai yang khusus menangani layanan *delivery* sehingga mengakibatkan kekurangan pegawai yang bertugas di Rumah Makan pada saat ada yang menggunakan layanan *delivery*.
2. *Tangibles*, berkenaan dengan penampilan fisik layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan. Contoh: Tidak ada ciri khas spesial yang mencerminkan citra dan kurang menumbuhkan citra Rumah makan Dapoer Steak yang dapat memberikan rasa percaya dan keyakinan konsumen yang menimbulkan nilai sosial dan gengsi konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul penelitian sebagai berikut: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAHMAKAN DAPOER STEAK KOTA SUKABUMI”**

**1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

**1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diidetifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi?
2. Bagaimana kondisi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi?
4. Hambatan dan usaha pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi?

**1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi?"

**1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1.3.1 Tujuan Penelitian**

Maksud dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk memahami tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi. Sedangkan tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi.
2. Untuk mengetahui kondisi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi.
4. Untuk mengetahui hambatan dan usaha pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi.

**1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan secara teoritis dan praktis adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan gambaran empirik untuk menguji teori dalam ilmu manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Secara Praktis
2. Bagi peneliti

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna untuk memperoleh tambahan pengetahuan dan wawasan dibidang manajemen pemasaran, khususnya dalam hal pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Bagi Rumah Makan Dapoer Steak

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan masukan sebagai bahan evaluasi kepada instansi terkait dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

1. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan informasi yang diperlukan yang relevan untuk meneliti permasalahan yang sama namun pada waktu dan tempat yang berbeda.

**1.4 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis**

**1.4.1 Kerangka Pemikiran**

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai makin tajamnya persaingan, khususnya dalam bidang kuliner. Hal ini ditandai dengan munculnya rumah makan sejenis yang menawarkan makanan dan minuman yang memiliki citarasa berbeda dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan oleh Rumah Makan Dapoer Steak adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dengan memberikan kualitas pelayanan terbaik, maka akan membuat konsumen merasa puas dan cenderung loyal terhadap rumah makan.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi kosumen, melalui kualitas pelayanan seorang konsumen dalam memberikan penilaian secara objektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian.

Menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002:59) adalah sebagai berikut: “Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Parasuraman, dkk dalam Fandy Tjiptono (2002:70), menyimpulkan bahwa ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.

1. *Reliability* (Keandalan)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang disajikan secara akurat.

1. *Assurance* (Jaminan)

Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.

1. *Empathy* (Empati)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

1. *Responsiveness* (Daya Tangkap)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berbeda dibawah tingkat yang diharapkan, konsumen akan merasa tidak puas. konsumen yang merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain dan pindah kepada jasa pelayanan lain. Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Dapoer Steak pada konsumennya harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merancang strategi yang lebih baik dimasa yang akan mendatang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Cadatte, dkk, dalam Fandy Tjiptono (2008:169) “Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk”.

Kepuasan konsumen adalah hal yang utama dalam perusahaan untuk melangsungkan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Menurut Handi Irawan (2004:37), mengungkapkan ada lima faktor pendorong kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk, pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah salah satu sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money*.
3. *Service Quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan apa yang diharapkan.
4. *Emotional factor*, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinanbahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tinggkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.
5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tertentu, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan menurut Zeithmal dan Bitner (2003). Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk atau jasa, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Pelayanan dikatakan berkualitas apabila konsumen merasa puas, baik pada saat terjadinya kontak pelayanan maupun disaat pasca menggunakan pelayanan.

**1.4.2 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan, mengarah hipotesis sebagai berikut “adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi”.

Untuk melengkapi hipotesis maka menggunakan hipotesis statistik, sebagai berikut:

1. H0 : rs <0 : Kulaitas Pelayanan (X) : Kepuasan Pelanggan (Y) artinya tidak ada pengaruh positif antara Kulaitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.
2. H1 : rs > 0 : Kulaitas Pelayanan (X) : Kepuasan Pelanggan (Y) artinya terdapat pengaruh antara Kulaitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.
3. sebagai simbol untuk mengatur eratnya hubungan dua variabel penelitian yaitu Kulaitas Pelayanan (X) : Kepuasan Pelanggan (Y).
4. Alpa (α) : yaitu tingkat keabsahan dengan derajat kepercayaan (simpangan baku) 95% dengan tingkat kekeliruan 5% atau α = 0,05. Apabila terjadi kesalahan / kekeliruan dalam analisis tersebut yang dapat ditoleransi hanya sampai 5%.

**1.5** **Lokasi dan Lamanya Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Dapoer Steak Kota Sukabumi yang beralamat di Jalan Suryakencana No. 37 Sukabumi. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan, terhitung mulai Januari 2016 sampai dengan Juni 2016, dengan jadwal tahapan sebagai berikut:

Tabel 1.2

Jadwal Penelitian

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Keterangan | Tahun 2016 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Maret | | | | April | | | | Mei | | | | Juni | | | | Juli | | | | Agustus | | | |
|  |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Tahap Persiapan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Penjajakan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Studi Kepustakaan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Pengajuan Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Bimbingan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5. | Penyusunan Usulan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6. | Seminar (Usulan Penelitian) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tahap Pelaksanaan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Pengumpualn Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | a. Observasi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | b. Wawancara |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | c. Dokumentasi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Pengolahan Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Analisis Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tahap Penyusunan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Penyusunan Laporan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Seminar Draft |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Perbaikan Draft |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Sidang Skripsi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Sumber: Jadwal Penelitian Peneliti