

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat terus melangsungkan hidupnya. Seperti yang kita ketahui setiap orang bisa menikmati makanan atau hidangan, dengan cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih rumah makan dengan pelayanan istimewa. Bisnis rumah makan merupakan suatu bentuk usaha yang menawarkan pelayanan jasa, oleh sebab itu manajemen rumah makan harus mampu mengetahui kebutuhan serta keinginan yang mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen (Ariyani, 2005).

Seiring dengan bergulirnya perdagangan bebas di masyarakat dalam era globalisasi, masalah kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapat perhatian yang serius bagi setiap perusahaan untuk tetap bisa bertahan dalam lingkungan bisnis. Begitu juga dengan bisnis makanan, salah satunya adalah kualitas pelayanan karena menentukan berhasil tidaknya rumah makan tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan pada pelanggannya. Kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting dalam memuaskan konsumen. Dengan memahami apa yang

diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi rumah makan (Atmaja, 2011: 4). Menurut Tjiptono (1996: 70) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian kepuasan konsumen, konsumen akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen, serta dapat mempengaruhi intensitas kunjungan konsumen pada kesempatan berikutnya pada badan usaha tersebut (Cronin dan Taylor dalam Siswoyo, 2010: 6).

Rumah Makan Suminar yang berlokasi di jalan Basuki Rahmat Ngawi adalah usaha yang bergerak dalam bidang jasa makanan yang menyediakan berbagai jenis masakan berbahan ikan gurame dan beberapa jenis ikan lainnya, dan memposisikan dirinya sebagai penjual produk makanan spesialis gurame bakar. Rumah Makan Suminar telah membuka cabang di Magetan dan juga menerima pesanan untuk rapat, hajatan dan lain-lain. Semakin banyaknya rumah makan atau restoran cepat saji di Ngawi, menimbulkan persaingan dalam menyajikan produk yang berkualitas dan disukai oleh masyarakat. Ada 3 rumah makan atau restoran dan ± 142 warung makan, seperti: warung nasi pecel, warung nasi bebek, sate gule, mie ayam bakso, seafood dan lain-lain, yang ada di Ngawi. Rumah Makan Suminar harus

menyadari betul tentang persaingan ini, maka Rumah Makan Suminar harus mampu menyajikan kualitas produk makanan dan layanan yang baik jika mereka tidak menginginkan konsumennya pindah ke rumah makan lainnya. Tingkat persaingan rumah makan yang ada di Ngawi ditunjukkan mulai dari aneka ragam jenis makanan yang ditawarkan rumah makan lain dan harga yang bersaing. Namun satu hal yang sering diabaikan oleh rumah makan yaitu, kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.

Untuk menghadapi hal tersebut ada beberapa dimensi kualitas layanan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk memilih jasa Rumah Makan Suminar Ngawi. Kelima dimensi kualitas dikembangkan oleh Pasuraman *et. al* yang disebut SERVQUAL (*service quality*) yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan (Tjiptono, 1996: 71). Dimensi kualitas layanan meliputi 1) *tangible* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. 2) *reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, yaitu sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. 3) *responsiveness* yaitu suatu kemauan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang

jelas. Karena membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan, meliputi kesediaan karyawan rumah makan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. 4) *assurance* yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. 5) *Empathy* yaitu berusaha memahami keinginan masyarakat dengan memberikan perhatian atau sentuhan secara ikhlas kepada setiap pelanggan. Perusahaan harus memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Atmaja, 2011: 2). Menurut Kotler dan Keller (2009: 177), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Pelanggan memiliki pengaruh yang besar terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan, karena bagi perusahaan, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan

perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapat keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal dan sekaligus membantu promosi perusahaan (Siswoyo, 2010: 4). Juran (dalam Setijo dan Sumadi, 2005: 60) menyebutkan bahwa kualitas memiliki dua pengertian, yaitu memberikan pelayanan secara langsung dan menawarkan produk yang akan memberikan kepuasan serta memberikan pelayanan secara lengkap.

Penelitian dengan topik yang sama pernah dilakukan Setijo dan Sumadi (2005) menjelaskan bahwa rata-rata pelanggan merasa cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Yogyakarta Satu. Demikian juga halnya Rumah Makan Suminar harus memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggannya. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, penelitian dari Setijo dan Sumadi (2005) meneliti pada jasa layanan publik, lokasi penelitian di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Yogyakarta Satu, obyek penelitian semua masyarakat ataupun badan usaha wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Yogyakarta Satu pada tahun 2005 sedangkan penelitian yang sekarang meneliti pada jasa rumah makan, lokasi penelitian di Rumah Makan Suminar Ngawi, obyek penelitian

konsumen Rumah Makan Suminar Ngawi. Berdasarkan penjelasan tersebut maka penulis mengambil judul penelitian, Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Suminar Ngawi.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan jasa yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Suminar Ngawi ?
2. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Suminar Ngawi ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai melalui penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut ini.

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan jasa meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Suminar Ngawi.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan jasa meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Suminar Ngawi.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan serta saran-saran dan pertimbangan yang berguna bagi pemilik Rumah Makan Suminar untuk mengembangkan strategi tentang kualitas layanan agar dapat memuaskan pelanggan dan mempertahankan sebanyak-banyaknya.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan pertimbangan serta tambahan pengetahuan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian dalam kajian yang sama dengan penelitian ini.

#### **E. Sistematika Penulisan Laporan**

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian laporan.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi teori-teori meliputi telaah teori mengenai kualitas layanan, telaah teori mengenai kepuasan konsumen, pengembangan hipotesis penelitian mengenai pengaruh secara parsial dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh secara simultan antara dimensi kualitas layanan dan kepuasan konsumen, kerangka pemikiran dan model penelitian.

### **BAB III METODA PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang desain penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, instrumen penelitian, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA**

Pada bab ini diuraikan tentang data penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

### **BAB V SIMPULAN DATA DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisis data dan saran-saran yang dapat digunakan dan diperhatikan untuk perbaikan-perbaikan yang ditujukan kepada perusahaan maupun bagi penelitian selanjutnya.