

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu industri yang berkembang pesat dalam beberapa waktu terakhir adalah industri makanan dan minuman. Peningkatan jumlah usaha menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat, berdasarkan banyaknya usaha yang bermunculan. Jadi, untuk menghadapi situasi dan kejadian seperti itu, pemilik usaha harus mampu mengambil keputusan agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Agar berhasil, pemilik bisnis harus mampu menstabilkan pasar dan mengelola penjualannya. Untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan menjaga hubungan dengan bisnis lain, suatu perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Seperti yang dikemukakan oleh Situmeang (2017),

Suatu perusahaan harus melakukan pelatihan sebagai salah satu kegiatan atau strategi untuk menentukan posisi kompetitifnya. Kualitas yang baik mungkin dilihat dari sudut pandang konsumen, bukan dari sudut pandang bisnis. Oleh karena itu, persepsi konsumen sangat penting untuk penilaian atau dukungan bisnis apapun, baik itu perusahaan penjualan maupun toko retail. Setiap perusahaan mempunyai cara yang unik dalam melakukan sesuatu dibandingkan dengan perusahaan lain. itu diterbitkan pada tahun 2017 oleh Sunarti.

Memiliki strategi untuk bersaing dengan bisnis atau pasar lain terlihat dari bottom line setiap perusahaan. Oleh karena itu analisis pasar atau pencarian kebutuhan pasar terhadap konsumsi sangat diperlukan. Karena perilaku konsumen menjadi faktor utama keberhasilan suatu perusahaan, maka kita dapat mengetahui kinerja suatu perusahaan dengan mengamati kegagalannya. Peningkatan pelayanan pada kepuasan konsumen agar perusahaan dapat bergerak maju. Banyak kegagalan yang terjadi dalam dunia bisnis pada masa globalisasi ini. Pengusaha harus lebih imajinatif atau setidaknya sadar diri untuk mengembangkan bisnisnya dan menarik pelanggan. Kualitas Pelayanan merupakan hal penting untuk mempertahankan suatu konsumen, sesuai dengan persaingan produk kini yang harus menjaga kenyamanan atau kepuasan konsumen. (Riyanto, Agus (2015):1)

Pelayanan mencakup seluruh aspek pembentukan citra perusahaan, termasuk internal branding, mengkomunikasikan visi perusahaan kepada pejabat pemerintah dan pihak berkepentingan lainnya, dan menyebarkan berita tentang perusahaan (moenir, 1992:16)

A. Pasuraman dan Zeithmal (tangkilisan, 2005:216) menyatakan bahwa kapasitas fisik suatu perusahaan adalah kemampuannya dalam menyediakan jasa yang dapat langsung dikonsumsi oleh konsumen, seperti fasilitas pemeliharaan. Variabel kebugaran jasmani berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan konsumen menurut penelitian Indrany (2010).

(Tangkilisan, 2005:216) Kapasitas perusahaan untuk memberikan

kepuasan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bernadine (2005), variabel yang paling berpengaruh mempengaruhi belanja konsumen adalah harga.

Menurut Tangkilisan (2005:216), salah satu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara cepat disertai senyuman yang membuat pelanggan senang adalah daya tanggap. Pengaruh yang mendominasi variabel daya tanggap terhadap kepuasan konsumen ditemukan pada penelitian Dwi Aliyah Apriani (2017) yang menemukan bahwa daya tanggap mempunyai pengaruh paling besar dibandingkan variabel lainnya.

Bila mengutip Tangkilisan (2005:216) Jaminan yang baik adalah memberikan jaminan kepada konsumen. Berdasarkan hasil analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, variabel yang paling dominan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah harga (Muh. Israk, 2019).

Empati atau tidak membedakan status sosial konsumen adalah mengelola konsumen (tangkilisan, 2005:216). Penelitian yang dilakukan oleh Atmaja (2011) dengan judul “Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” menunjukkan bahwa aktivitas fisik, sikap positif, kepercayaan diri, dan empati semuanya berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Chotler (2007:177) Kerugian konsumsi adalah hasil membandingkan nilai seseorang atau hasil suatu jasa dengan nilai orang atau benda lain.

Ketersediaan layanan berkualitas tinggi sangat penting untuk memuaskan konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan perusahaan mau tidak mau akan menyebabkan peningkatan pelanggan atau konsumsi seiring berjalannya waktu.

Salah satu usaha dalam industri perhotelan adalah restoran atau food court. Produk ini menawarkan minuman dan makanan. Di sini, perusahaan berkembang dengan menemukan cara untuk meningkatkan layanan dan kualitas produk. Tujuan perusahaan akan tercapai dan dapat bersaing dengan tempat makan lainnya jika kebutuhan, keinginan, dan batasan konsumsi terpenuhi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan karena sebagian besar pelanggan Restoran Kurma di Blora mengalami kekecewaan dan masih terdapat beberapa pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diterimanya.

Berdasarkan latar belakang masalah maka peneliti akan meneliti bagaimana kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Restoran Kurma di Blora.

1.2 Batasan Masalah

1.3 Rumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini didasarkan pada gejala-gejala yang telah dijelaskan di atas.

1. Apakah Tangibles (bukti ifisik) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Kurma di Blora
2. Apakah reliability (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Kurma di Blora

3. Apakah responsiveness (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Kurma di Blora

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan suatu penelitian adalah menarik kesimpulan berdasarkan data yang disajikan di atas.

1. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik (tangible) terhadap kepuasan konsumen Restoran Kurma di Blora.
2. Untuk menganalisis pengaruh keandalan (reliability) terhadap kepuasan konsumen Restoran Kurma di Blora.
3. Untuk menganalisis pengaruh daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan konsumen Restoran Kurma di Blora.

1.5 Manfaat penelitian

1. Manfaat praktis

Penelitian ini akan membantu perusahaan menciptakan strategi pemasaran yang berfokus pada konsumen.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi referensi bagi para sarjana masa depan di bidang terkait.