

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya taraf hidup masyarakat pada saat ini, maka sedikit banyak memengaruhi pola konsumsi dan cara mereka dalam memenuhi kebutuhan. Keadaan masyarakat saat ini dipengaruhi oleh aspirasi dan lingkungan mereka. Kebudayaan, kelompok acuan, dan kecenderungan gaya hidup dapat menyebabkan masyarakat mengubah keadaan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dalam pemenuhan gaya hidup.

Hal ini berdampak pada perkembangan dunia bisnis yang semakin kreatif dan inovatif. Salah satu bisnis yang mengalami peningkatan cukup pesat dan mencerminkan gaya hidup modern adalah usaha dalam bidang penyajian makanan dan minuman seperti di restoran, kafetaria, *coffee shop*, dan lainnya.

Persaingan dalam bisnis ini mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakan. Sebagai konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen.

Kualitas pelayanan ditentukan oleh konsumen sebagai pengguna jasa layanan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi persepsi konsumen tentang layanan yang dibutuhkan dan diinginkan. Kemudian disesuaikan dengan layanan yang akan

disediakan oleh restoran. Dengan demikian restoran selalu berusaha menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen sehingga mencapai kepuasan konsumen.

Restoran mampu memenuhi keinginan konsumen maka konsumen akan merasa puas terhadap restoran tersebut. Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang harapannya terpenuhi atas apa yang dikonsumsinya. Untuk itu pihak penyedia produk maupun jasa harus dapat memenuhi harapan konsumen terhadap produk dan jasa yang akan dikonsumsi oleh konsumen.

Restoran atau rumah makan tradisional/ lokal terkadang bercirikan lambat dalam pelayanan, relatif kalah bersaing dilokasi dimana terdapat restoran siap saji atau lebih dikenal dengan sebutan *fast food*.

Tujuan dari suatu bisnis adalah untuk memuaskan konsumen serta untuk memenangkan persaingan yang bersifat global. Salah satu upaya untuk meraih kemenangan tersebut tentu dengan memberi pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen.

Pengertian kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2010) adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/ peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan yaitu bukti fisik/ *tangible*, yang meliputi penampilan gedung, *interior*, *eksterior*, penampilan karyawan, dimensi kehandalan/ *reability*, meliputi kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik, dimensi daya tanggap/ *responsiveness*

yang meliputi kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi jaminan/ *assurance* yang meliputi sopan santun pada karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen serta dimensi empati/ *empathy* yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen.

Dimensi kualitas pelayanan tersebut dapat memengaruhi kepuasan tersendiri kepada konsumen, Kotler (2012) menyatakan bahwa, kepuasan pelanggan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan dari produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka. Sehingga jika kualitas pelayanan sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas begitu pula sebaliknya. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk atau jasa dengan merek yang sudah mereka anggap positif.

Tampilan restoran semacam ini, mulai dari lokasi, jenis, rasa makanan, penataan, sistem pelayanan, dan lainnya membawa kesan bagi sebagian orang bahwa citra restoran tersebut mewah dan bergengsi. Sehingga bagi konsumen yang datang dan makan di restoran ini, sedikit tidak hanya dimanfaatkan untuk tempat makan saja, tetapi juga untuk tempat perayaan ulang tahun, syukuran, dan *study cooking*.

Peluang semacam ini telah dimanfaatkan oleh restoran untuk menyediakan model pelayanan jasa yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat sekitarnya. Di Miami Chicken kepanjen juga menyediakan tempat bermain anak-anak, agar tidak mengganggu orang yang sedang menikmati makanannya. Sehingga sangatlah wajar jika restoran seperti ini dapat memengaruhi keputusan

konsumen. Selain tempat bermain bagi anak-anak, di Miami Chicken Kepanjen juga sering dilakukan lomba menggambar dan mewarnai khusus anak-anak.

Konsep restoran yang lebih berfokus pada anak-anak ini juga selalu menambah menu-menu baru yang bervariasi dan sesuai dengan keinginan konsumen, di Miami Chicken Kepanjen hal yang paling diutamakan adalah kenyamanan konsumennya, dan menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan yang selalu diperbaiki untuk membuat konsumen merasa puas dan akan datang kembali ke Miami Chicken Kepanjen.

Berdasarkan uraian di atas maka tertarik untuk mengambil penelitian yang di tuangkan kedalam skripsi yang berjudul “ Pengaruh kualitas pelayanan (*servqual*) terhadap kepuasan konsumen pada Miami Chicken kepanjen”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pada Miami Chicken Kepanjen?
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Miami Chicken Kepanjen?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), kehandalan (X2), tanggap (X3), jaminan daya (X4) dan empati (X5) terhadap kepuasan konsumen Miami Chicken Kepanjen.
- b. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Miami Chicken Kepanjen.

## 2. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dimanfaatkan untuk memperoleh informasi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### a. Bagi Miami Chicken Kepanjen

Sebagai bahan kajian dan informasi bagi pimpinan atau pihak yang berwenang terutama bagi perusahaan yang berwenang dalam menentukan dan merencanakan pengembangan merek dan pencapaian tujuan perusahaan, dan menentukan strategi pemasaran yang tepat dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas.

### b. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, khususnya tentang variabel pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### c. Bagi Universitas

Dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dibidang manajemen pemasaran.