

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perekonomian yaitu sistem penting demi pembangunan ekonomi berkelanjutan suatu negara. Dalam bidang ekonomi, tingkat pendapatan suatu negara dapat mempengaruhi perkembangan suatu negara. Pada 1 Desember 2019, virus COVID-19 ada di Wuhan, Provinsi Hubei, China, dan sekarang sudah hampir mendunia, sehingga negara-negara lain terkena dampaknya dalam berbagai hal, termasuk aspek ekonomi. Kehadiran COVID-19 telah mengubah tatanan kehidupan di tingkat global dan nasional. Indonesia termasuk kedalam negara yang terdampak penyebaran COVID-19. Penyebaran COVID-19 yang masal dan cepat, mengakibatkan sektor ekonomi melemah dan tidak stabil. Oleh karena itu, pemerintah telah mengeluarkan aturan pembatasan sosial berskala besar untuk menahan penyebaran COVID-19 di Indonesia. Kebijakan ini secara tidak langsung membatasi pelaksanaan kegiatan ekonomi di masyarakat. Pelonggaran PPKM yang diberlakukan oleh pemerintah diharapkan membuat perlahan geliat ekonomi nasional mulai bergerak. Di berbagai daerah Indonesia saat ini menerapkan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang merupakan kebijakan pemerintah sejak awal tahun 2021 sebagai upaya menangani pandemi COVID-19 di Indonesia. Kota Malang menjadi salah satu kota yang menerapkan PPKM di Indonesia. Dengan adanya pelonggaran berkegiatan dengan dikeluarkannya surat edaran dari pemerintah, para pelaku usaha dapat menjalankan usahanya dengan

mematuhi beberapa aturan yang harus dipatuhi misalnya pengunjung dan karyawan harus menggunakan protokol kesehatan, jam kerja 07.00 WIB - 22.00 WIB, dan kapasitas usaha maksimal hanya boleh mengisi 50% dari kapasitas maksimal. Selain menjadi peluang bagi pelaku usaha, pembatasan tersebut mengurangi pendapatan dan operasional pelaku usaha. Oleh karena itu, para pelaku usaha berusaha memanfaatkan peluang yang ada agar usahanya tetap berjalan normal.

Kota Malang merupakan kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur dan merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur. terletak di dataran tinggi dan memiliki luas wilayah 145,28 km<sup>2</sup>. Kota Malang termasuk dalam kesatuan wilayah Malang yang lebih besar di sisi Kabupaten Malang dan Kota Batu. Kota Malang dianggap sebagai kota pendidikan karena di sana terdapat beberapa lembaga pendidikan yang berkualitas. Salah satu faktor mengapa beberapa pendatang datang berkunjung ke Kota Malang merupakan kota wisata yang terkenal karena memiliki beberapa spot pemandangan dan tempat wisata udara segar. Tempat wisata di Malang terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Hal ini membuat sektor pariwisata di Kota Malang terdorong dengan berdirinya Kampung Warna Warni Jodipan, Malang Night Paradise, Hawaii Waterpark, Museum Brawijaya dan lain lain. Kota Malang selain dikenal sebagai kota wisata dan pendidikan, juga menjadi kota transit wisata yang dimanfaatkan dibidang kuliner. Oleh karena itu Kota Malang sangat berpotensi dibidang pariwisata dilihat dari pemaparan diatas. Melihat dari potensi tersebut banyak bermunculan bisnis dibidang kuliner. Berdasar data BPS tahun 2020 terdapat 2015 usaha restoran, jumlah ini meningkat 575 usaha restoran dari tahun 2019 dengan jumlah restoran yang terdaftar bertotal 1440. disektor wisatawan dari data BPS 2020 jumlah wisatawan domestik selama 2020

setiap bulannya meningkat mencapai 662.570 wisatawan. Melihat peluang bisnis di Kota Malang membuat para pelaku usaha mempersiapkan diri untuk membuat cara-cara penjualan yang dapat diterima untuk bersaing, terutama upaya untuk memenuhi berbagai keinginan konsumen. Bisnis jasa saat ini telah berkembang banyak untuk memenuhi keinginan pembeli dari semua lapisan masyarakat yang membutuhkan rekreasi untuk melepaskan hasil kejenuhan. Restoran menjadi salah satu jenis bisnis atau usaha dengan peluang yang terus ada. Masyarakat merespon positif keberadaan restoran, dan pertumbuhannya yang pesat mengakibatkan persaingan yang semakin ketat di antara para pemangku kepentingan bisnis restoran. Bisnis restoran sedang berjuang untuk menemukan cara-cara kreatif dan inovatif untuk menarik dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Restoran tidak hanya menyediakan produk yang dijual melainkan juga menyediakan pelayanan jasa guna memberikan pelayanan kepada konsumen.

Kotler & Keller (2012:131) mengemukakan kualitas layanan adalah jumlah pilihan dan fitur yang didukung oleh kemampuan suatu produk atau layanan untuk memuaskan keinginan tertentu. Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor penting untuk menjaga relasi antara perusahaan dan konsumen. Kesan konsumen terhadap perusahaan harus masuk akal agar citra perusahaan bagus di mata masyarakat luas, karena begitu pembeli senang bisa bagi pembeli ini untuk menyarankan dan mendistribusikan informasi yang masuk akal mengenai perusahaan, namun di sebaliknya jika unit area pembeli tidak puas atau kecewa hal ini dapat berdampak negatif pada perusahaan, akibatnya perusahaan juga ditinggalkan oleh konsumen, citra perusahaan dapat memburuk karena pembeli yang tidak nyaman dapat menyebarkan informasi berbahaya dan menginformasikan

orang lain tentang kekecewaan mereka, sehingga kepuasan merupakan salah satu faktor penting dalam benjolan suatu bisnis. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak hal, yaitu kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan lainnya. Kotler dan Keller (2012:128) mengemukakan kepuasan adalah kondisi perasaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan suatu produk dengan apa yang diharapkan.

Restoran Warkop Brewok beralamat di Jalan Terusan Candi Mendut No. 37, dan Jl. Kedawung No 93 Kota Malang. Berdiri sejak 2016 di Kota Malang dan sudah membuka cabang di Jember, Tulungagung, Madiun. Restoran ini menggunakan konsep "The Next Level Warkop" dengan maksud pengunjung dapat menikmati fasilitas layaknya di restoran, dengan harga warung kopi yang terjangkau. Restoran Warkop Brewok II Malang sendiri menggunakan konsep tempat indoor dan outdoor satu lantai. Menyajikan menu yang beragam dengan harga relatif murah. Menjadi pioneer restoran di Kota Malang dengan Kue Poncong sebagai salah satunya. Restoran Warkop Brewok hingga saat ini mampu menjadi salah satu tempat kuliner favorit di Kota Malang. Melalui proses yang panjang Restoran Warkop Brewok, perusahaan ini mampu menjaga kepuasan konsumen. Pada ulasan pada aplikasi Google Maps restoran ini memiliki rating ulasan baik dengan skala 4,5 bintang dari peskalaan maksimal 5 dan telah diulas oleh 3.174 orang di Google Maps. Meskipun memiliki peskalaan yang baik pada aplikasi Google Maps, ada beberapa pengulas yang menyampaikan keluhan atas pelayanan di Restoran Warkop Brewok II, seperti pengulas atas nama Alvin Ariesta yang berkomentar tentang karyawan yang tidak menggunakan protokol kesehatan saat melakukan pelayanan dan pesanan yang ia pesan tidak sesuai harapannya.

Manajemen Restoran Warkop Brewok II Malang menyadari, persaingan di dunia usaha bidang kuliner ini semakin ketat di Kota Malang. Maka dari itu perusahaan terus mengupayakan memberikan kualitas pelayanan yang optimal demi menjaga kepuasan konsumen. Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik melaksanakan penelitian di Restoran Warkop Brewok II Malang berjudul **Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Warkop Brewok II Malang.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasar latar belakang di atas maka rumusan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), jaminan ( $X_3$ ), empati ( $X_4$ ), bukti fisik ( $X_5$ ) simultan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) Restoran Warkop Brewok II Malang?
2. Bagaimana signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), jaminan ( $X_3$ ), empati ( $X_4$ ), bukti fisik ( $X_5$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) Restoran Warkop Brewok II Malang?
3. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Restoran Warkop Brewok II Malang?

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

1. Tujuan Penelitian

- a. Bertujuan memahami signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), jaminan ( $X_3$ ), empati ( $X_4$ ), bukti fisik ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Restoran Warkop Brewok II Malang.
- b. Bertujuan memahami signifikansi pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan keandalan ( $X_1$ ), daya tanggap ( $X_2$ ), jaminan ( $X_3$ ), empati ( $X_4$ ), bukti fisik ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Restoran Warkop Brewok II Malang.
- c. Bertujuan memahami dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Restoran Warkop Brewok II Malang.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini bisa menghasilkan dijadikan bahan informasi untuk pemberian pelayanan dan pengembangan strategi yang berfokus dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Restoran Warkop Brewok II Malang.

b. Bagi Peneliti

Mengetahui penerapan teori yang diperoleh di universitas dan situasi terkini di tempat penelitian, terutama yang berfokus dengan dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi penelitian-penelitian lain pada aspek manajemen pemasaran yang berfokus pada dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

