

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Banyak Restoran yang bermunculan di kota Jabodetabek Khususnya Jakarta merupakan dampak dari banyaknya permintaan masyarakat akan makanan yang enak, sehat dan bergizi tetapi dengan harga yang terjangkau. Hal tersebut dipengaruhi oleh informasi, gaya hidup, kesadaran gizi, persepsi, pendidikan yang tinggi serta masyarakat yang tidak memiliki banyak waktu untuk menyiapkan makanan. Disamping kebutuhan masyarakat akan kualitas produk makanan, masyarakat atau pelanggan juga menilai penting bagaimana pelayanan yang diberikan oleh restoran siap saji yang pada dasarnya tidak merepotkan pelanggan, sehingga pelanggan hanya menikmati hidangan yang dipesan.

Dengan semakin berkembang dan bertambahnya pelaku usaha bisnis restoran kuliner membuat para pelakunya di tantang untuk memberikan kualitas pelayanan, kualitas produk serta menawarkan variasi harga sehingga pelanggan dapat merasakan kepuasan dan melakukan pembelian secara terus-menerus. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik. Hal ini mendorong pelanggan untuk selalu membandingkan nilai dari beberapa produk untuk memperoleh produk yang terbaik dan memenuhi selera pelanggan yang selalu berkembang mengikuti perusahaan (Kotler, 2013: 34).

Dahulu bebek hanya dikonsumsi oleh masyarakat tertentu saja dan mayoritas oleh masyarakat pedesaan. Sekarang bebek merupakan komoditas yang sangat digemari oleh masyarakat, bahkan orang-orang didaerah perkotaan. Hal ini dapat ditandai dengan banyaknya warung-warung dan rumah makan yang menyediakan menu olahan bebek, terutama di seputaran Jabodetabek, Rasa daging yang khas, serta cara memasak dan menyajikannya secara tradisional, menjadikan menu sajian dari olahan bebek digemari oleh masyarakat luas. Selain di hidangkan dalam bentuk warung kaki lima dan rumah makan kecil, saat ini sudah banyak

restoran besar yang menghadirkan menu olahan bebek dengan variasi masakan yang beragam.

Pelayanan yang baik, variasi menu makanan, cita rasa dan kelezatan makanan, kecepatan penyajiannya, sigap dan tanggap, kesopanan dan keramahan, kenyamanan dalam memperoleh pelayanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan adalah hal utama yang harus diperhatikan oleh pengelola Restoran untuk memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan agar dapat bertahan dipasar yang kompetitif. Lokasi yang strategis dan harga yang bersaing menjadi indikator bagi suatu restoran cukup tinggi di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) Khususnya Jakarta. Salah satunya faktor penyebab tingginya persaingan antar restoran, baik yang menyajikan masakan yang berasal dari luar negeri maupun dalam negeri.

Salah satu restoran yang di daerah Jakarta Khususnya Rawamangun adalah Restoran Bebek Kaley. Restoran ini menawarkan berbagai jenis makanan dengan bahan dasar bebek. Menu yang di sediakan di Restoran ini di antaranya ialah bebek kremes, bebek cabe ijo, bebek bakar, bebek catar, dan terdapat juga menu sate bebek . selain bebek terdapat pula menu alternatif lain seperti menu yang berbahan dasar ayam dan tempe serta berbagai macam sambal.

Kemampuan membaca selera pasar, menjaga kualitas makanan, pelayanan prima, penanganan keluhan serta manajemen yang baik adalah hal-hal penting yang harus selalu dijaga oleh suatu perusahaan. Tuntutan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik (*service excellence*) tidak dapat dihindari oleh penyelenggara pelayanan jasa. Tuntutan para penerima layanan untuk memperoleh pelayanan yang lebih baik harus di sikapi sebagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada penerima layanan. Kepuasan penerima layanan sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Pengusaha Restoran Bebek Kaley dituntut untuk terus berupaya menyiapkan strategi yang dapat dilakukan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi perusahaan adalah memfokuskan diri dalam membina hubungan dengan pelanggan. Kepuasan Pelanggan sangatlah penting didalam perusahaan bisnis kuliner, karena kepuasan pelanggan bisa membangun hubungan pelanggan dengan

baik disuatu perusahaan dan disitulah perusahaan memiliki atau mempunyai suatu kemampuan yang lebih. Disitulah Kepuasan Pelanggan dapat mempertahankan pelanggan. Secara umum Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2013: 139) Hal ini yang menjadi faktor utama dan tujuan yang akan dicapai perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam pasar bisnis dan mampu meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Begitu pula tantangan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan untuk terus mendapatkan cara terbaik guna ingin merebut dan mempertahankan pangsa pasar dan dengan banyaknya persaingan di dunia bisnis seperti sekarang ini, Kepuasan Pelanggan sangat dipentingkan bagi setiap perusahaan dari waktu ke waktu selalu berusaha untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipersepsikan dengan hasil (*outcome*) yang diharapkan. Jika hasil berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika hasil memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika hasil melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan semakin puas. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Untuk memeberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan pelanggan dengan memeberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik akan mendorong pelanggan untuk menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya

Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun usaha untuk memuaskan pelanggan sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku pelanggan serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, harga, tempat dan promosi akan meningkatkan kepuasan pelanggan. (Kotler dan Keller, 2013:101).

Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk merupakan suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. (Handoko dalam Prajati 2013).

Kualitas Pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi Manajemen Pemasaran. Kualitas Pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas Pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kualitas pelayanan?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh kualitas pelayanan?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh kualitas pelayanan?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan penelitian masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kualitas pelayanan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh kualitas pelayanan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh kualitas pelayanan.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan masalah pokok penelitian di atas, adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Memberikan kontribusi berupa pemahaman mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga dan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada suatu produk dan diharapkan mampu menambah wawasan hasil penelitian yang bermanfaat bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia untuk kembali diteliti lebih lanjut oleh peneliti selanjutnya.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi kebijakan perusahaan dalam menjalankan kegiatan yang berhubungan harga dan kualitas produk.

3. Pihak lain

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan data yang diperoleh dari penelitian ini serta diharapkan dapat berguna sebagai masukan dan bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya.