

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.¹

Memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan secara umum adalah salah satu upaya untuk menarik pelanggan. Pelanggan yang merasa sangat puas lebih sukar untuk merubah pilihannya. Situasi konsumsi dan kepuasan pelanggan yang tinggi akan tercipta apabila penyedia jasa mampu menciptakan pengalaman yang terlupakan bagi pelanggan.

Pada dasarnya pengertian kepuasan merupakan perbedaan antara jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Dengan kata lain kepuasan adalah tingkat dimana seseorang setelah membandingkan kinerja pelayanan atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Misalnya seorang pasien yang mengharapkan pelayanan pemeriksaan, pengobatan, dan perawatan yang cepat dan tepat dari rumah sakit.²

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat serta ketepatan penyampaiannya untuk

¹ Zulvia, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Auto 2000 Padang)", *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi* Vol.1, No.2, Oktober 2014, Hal.,243-244

² Natassia, "Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Rumah Sakit Selasih Terhadap Kepuasan Pasien"

mengimbangi, sehingga terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan (*service quality*) yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan adalah kualitas baik. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan maka kualitas yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan buruk.³ Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Dalam Aryani dan Rosinta, Parasuratman menyimpulkan bahwa ada lima dimensi sevQual (*service quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu : *tangible* atau bukti fisik, *emphaty* atau memberikan perhatian yang tulus, *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau ketanggapan, dan *assurance* atau jaminan dan kepastian. Sedangkan menurut Gupta, bahwa terdapat kinerja dasar dalam restoran, yakni selain kualitas layanan faktor lainnya adalah kualitas produk.⁴

Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketetapan (*precision*) produk, mudah mengoprasikan dan memeliharanya serta *attribute* lain yang dinilai. Dari segi pandangan pemasaran, kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu/kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau diadakan pada mulanya berawal pada satu di antara empat tingkat

³Dwiyanti dan Daroni, "Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Perijinan terhadap Kepuasan Publik pada Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Tulungagung", *Jurnal Ilmu Manajemen, Revitalisasi*, Vol. 2 No. 2, Juni 2013, Hal., 104

⁴Aryani dan Rosinta, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17 No. 2, Mei-Agustus 2010, Hal., 124

kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas rarta-rata (sedang), kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik.⁵

Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan di banding kompetitor-kompetitor yang ada. Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “*winwin situation*” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis rumah makan. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya rumah makan bermunculan dikota Kudus.⁶

Pertumbuhan industri restoran cepat saji di Indonesia pada umumnya dan di kudus pada khususnya menunjukkan perkembangan yang relative pesat, kesimpulan ini setidaknya bisa terlihat dari data *Roy Morgan Single Source*, sebuah survey sindikasi terhadap lebih dari 25 ribu responden berusia 14 tahun keatas. Hasil survey tersebut menunjukkan, selama kuartal I/2009 sebanyak 54% masyarakat Jakarta membeli makanan cepat saji. Angka ini melonjak disbandingkan dua tahun lalu yakni hanya 48% penduduk Jakarta yang mengaku pernah membeli makanan cepat saji. Masih menurut sumber yang sama, sebanyak 53% masyarakat ibu kota membeli makanan cepat saji dalam 6 bulan terakhir dan sebanyak 46% membeli dalam sebulan terakhir.

⁵ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 1996, Hal., 192-193

⁶*Op.Cit*, Zulvia, Hal., 244-245

Melihat indikasi ini, menunjukkan adanya peluang besar bagi pertumbuhan bisnis restoran cepat saji. Iklim kompetisi dalam industri restoran cepat saji pun semakin terasa dengan bermunculannya berbagai restoran dan rumah makan cepat saji. Meningkatnya persaingan telah mengarahkan bisnis restoran cepat saji mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing.⁷

Dari hasil riset terdahulu yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta Hasil penelitian menyebutkan bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibility*.⁸ Kemudian Zulvia melakukan riset dan hasil penelitiannya adalah (a) *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Padang, (b) *Empathy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Padang, (c) *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Padang, (d) *Reliability* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Padang, (e) *Assurance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Padang, (f) *Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability Dan Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Padang.⁹

Selanjutnya Budi Hermawan melakukan penelitian tentang kualitas produk yang hasilnya adalah kualitas produk berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.¹⁰ Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Rachmad

⁷Aryani dan Rosinta, *Op.Cit*, Hal., 115

⁸*Ibid*, Hal., 125

⁹Zulvia, *Op.Cit*, Hal., 255-256

¹⁰Hermawan, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan, Reputasi Merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul", *Jurnal Manajemen dan Teori*, Tahun 4 No.2 Agustus 2011

Hidayat adalah kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹¹

Dari hasil riset diatas menunjukkan bahwa adanya perbedaan hasil. Untuk itu perlu kiranya mengkaji ulang atau meneliti ulang tentang kualitas layanan dan kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dari sekian banyak restoran dan rumah makan cepat saji di Indonesia pada umumnya dan di Kudus pada khususnya, peneliti tertarik pada salah satu Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus. Alasan peneliti adalah karena rumah makan tersebut berada dipinggir Jalan Raya Pati-Kudus yang merupakan jalan pantura. Selain itu keberadaan Rumah Makan Saung Bambu Wulung sudah terkenal di masyarakat Kudus .

Rumah Makan Saung Bambu Wulung merupakan salah satu restoran di kota Kudus. Berdiri pada tanggal 31 Oktober 2009, dengan konsep masakan Sunda yang didukung dengan tenaga profesional serta jaringan yang luas, dan bekerja sama dengan banyak biro perjalanan Wisata, Perusahaan, Sekolah, maupun instansi baik pemerintah maupun swasta, menjadikan Saung Bambu Wulung salah satu Restoran favorit di Kudus dan sekitarnya.

Rumah Makan Saung Bambu Wulung ini beralamatkan di Jl. Raya Kudus-Pati Km.5, Ngembalrejo, Bae, Kudus. Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus dapat melayani makanan untuk rombongan pariwisata dalam bentuk prasmanan di Restoran, catering di Hotel (sepanjang ada ijin dari pihak Hotel), maupun nasi *box*. Disini juga dapat melayani untuk acara pernikahan, ulang tahun, pisah sambut jabatan, ataupun perpisahan Sekolah di Kota Kudus dan sekitarnya. Rumah Makan Saung Bambu Wulung tidak hanya menawarkan suguhan menu-menu masakan yang menggugah selera tapi juga memfasilitasi restonya dengan hotspot gratis sehingga dapat membuat para konsumennya betah berlama-lama.

¹¹Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.11 No.1, Maret 2009, Hal., 70

Adanya permasalahan yang saling berkaitan membuat kinerja yang berbentuk Rumah Makan ini mengalami penurunan karena mempunyai banyak kendala, salah satu kendala itu banyak disebabkan dari karyawan yang belum mengerti tentang artinya sebuah kesuksesan, seperti target utama yaitu tentang kepuasan konsumen. Yang nantinya akan berdampak pada target penjualan yang bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan setiap bulan atau per tahunnya, tidak adanya masalah dalam manajemen perusahaan dan komplain pelanggan tentang pelayanan yang diberikan dan masih banyak sebagainya.

Responsiveness karyawan pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung belum sepenuhnya terlihat, terbukti masih butuh pembinaan serta perintah yang jelas mengenai pekerjaan yang akan dilakukannya. Kesadaran akan tugas dan tanggung jawab karyawan masih sangat rendah sehingga membuat Rumah Makan Saung Bambu Wulung ini masih perlu perbaikan disektor *responsiveness* karyawan terhadap pelanggan. Apakah benar Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang mempengaruhi terhadap Kepuasan Konsumen? Sehingga perlu adanya penyelesaian dari pihak manajemen tentang hal itu. Atau apakah ada faktor lain yang mempengaruhi dari kepuasan konsumen Rumah Makan tersebut. Selain itu menurut pemilik bapak Aris Junaidi S.E, bahwa dirumah makan saung bambu wulung tidak mementingkan suatu layanan yang baik karena yang utama adalah keuntungan. Ini merupakan salah satu Restoran atau Rumah Makan dari banyak Rumah Makan yang berada di jalur pantura yang mementingkan keuntungan bukan layanan yang diberikan. Kata beliau, semua Restoran atau Rumah Makan di jalur pantura lebih mementingkan keuntungan termasuk juga Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus.¹²

Dari pemaparan diatas maka penelitian saya berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK**

¹² Wawancara Langsung Dengan “Aris Junaidi” Pemilik Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus, Pada Tanggal 27 Desember 2016

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”(Studi Kasus pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus).

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

1. Masalah yang diteliti adalah pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus.
2. Obyek penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus.
3. Waktu yang akan dilakukan dalam penelitian ini kurang lebih satu bulan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas rumusan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus?
3. Apakah Kualitas Layanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menguji secara empiris pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus.

- 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus.
- 3) Untuk menguji secara empiris pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan pemikiran dalam merencanakan penelitian berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat praktis

- a) Bagi Penulis : hasil penelitian ini akan menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terutama dalam masalah yang berkaitan dengan UMKM dalam kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen.
- b) Bagi UMKM : dengan diketahui orientasi *entrepreneur* usaha Rumah Makan Di Kudus maka diharapkan dapat disusun suatu bentuk pengembangan *entrepreneur*.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

1. Bagian Awal

Bagian muka ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi dan daftar label.

2. Bagian Isi, meliputi :

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan dari penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori yang berkaitan dengan kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi data, analisis data serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.