

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan persaingan dunia bisnis semakin ketat, sehingga kebijakan dan strategi dari perusahaan turut mengalami banyak inovasi dan kreatifitas. Sebuah kepercayaan dan loyalitas dari konsumen sangatlah penting demi kemajuan perusahaan dan tentunya hal ini dapat terwujud dengan strategi penjualan yang tepat. Perusahaan jika ingin mendapatkan profit atau keuntungan yang maksimal, sudah seharusnya melakukan berbagai macam upaya untuk meningkatkan dan mengembangkan layanannya agar dapat tercapai tujuan yang diharapkan.

Perubahan yang terjadi diberbagai sisi bidang kehidupan secara tidak langsung ikut mempengaruhi pola hidup masyarakat. Demikian halnya dengan konsumsi masyarakat, terus mengalami perubahan. Hal ini dapat dilihat dari pengeluaran rata-rata perkapita untuk makanan terus mengalami peningkatan. Selain itu, mobilitas penduduk semakin meningkat sehingga banyaknya ibu rumah tangga dan wanita yang bekerja, menyebabkan tuntutan kepraktisan dalam mengkonsumsi makanan.

Usaha-usaha kuliner bermunculan, yang dimulai dari yang kelas kaki lima, warung makan, restoran, cafe dan lain-lain. Persaingan bisnis dibidang kuliner akhir-akhir ini sangat tajam, yang menyebabkan pengusaha untuk berinisiatif membangun bisnis dengan baik. Jadi, tidaklah mengherankan jika saat ini banyak tempat kuliner juga melengkapi tempat usahanya dengan fasilitas-fasilitas yang

dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggannya, seperti pemandangan yang asri, meja kursi yang nyaman, toilet yang bersih dan wangi, wifi gratis, sebagai hiburan sambil menunggu makanan dihidangkan, tempat parkir yang lapang dan aman, sarana bermain anak-anak dan sebagainya.

Persaingan yang semakin ketat membuat masing-masing rumah makan saling berusaha untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya, maka dari itu rumah makan haruslah menjaga konsumen yang ada supaya tidak berpindah tempat, dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya agar konsumen merasa puas. Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal menilai kualitas juga mengharuskan perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari klaim atau ketidakpuasan konsumen. Saat ini kepuasan konsumen menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan konsumen sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena konsumen akan menyebar luaskan rasa puasnya kepada calon pelanggan, sehingga akan menaikkan reputasi pembelian produk tersebut.

Suatu produk yang dirasakan oleh konsumen memenuhi apa yang diharapkan, maka konsumen akan terus mencarinya berulang-ulang. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu ukuran untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Konsumen yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan konsumen lainnya. Tjiptono dan Candra (2012:75) menjelaskan bahwa dimensi

pelayanan terdiri atas: 1. Reabilitas yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat dan memuaskan. 2. Responsivitas keinginan dan kesediaan para karyawan untuk memberikan layanan dengan tanggap. 3. Jaminan (assurance) yang mencakup pengetahuan, kompetensi dan kesopanan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan. 4. Empati yang meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, bersikap sabar dalam melayani pelanggan. 5. Bukti fisik (tangibles) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi.

Menurut Sinambela (2011:6) kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Adapun pelayanan yang harus dilakukan terhadap konsumen misalnya, melayani pelanggan dengan ramah, cepat dan tepat, sopan santun terhadap pelanggan, kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi konsumen, jika konsumen merasa puas terhadap suatu pelayanan maka akan menjadi konsumen yang setia dan loyal terhadap perusahaan yang memberikan pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik bisa diberikan ketika perusahaan mengerti keinginan dan kebutuhan pelanggan dan mempraktekkan langsung dalam tindakan yang nyata.

Lupiyoadi dalam Sudarmanto dan Wekke (2018: 30) menjelaskan faktor-faktor yang ikut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu meliputi kualitas

produk, kualitas pelayanan. Tjiptono dalam Indrasari (2019) membagi kepuasan konsumen dalam tiga indikator pengukur yaitu 1. kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen. minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap produk atau jasa, dan kesediaan merekomendasi merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga dan tetangga. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:16) kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi. Menyebabkan pelanggan kecewa, dan jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi akan menyebabkan pelanggan puas. Banyak perusahaan-perusahaan yang berpusat pada pelanggan berusaha memberikan kepuasan pelanggan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harga produk atau meningkatkan pelayanannya, tetapi tindakan ini mungkin menurunkan keuntungan.

Kepuasan konsumen dilihat dari seberapa besar harapan konsumen tentang suatu produk dan pelayanan aktual yang diberikan perusahaan, setelah mengonsumsi produk konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan, jika konsumen merasa puas maka konsumen akan membeli ulang produk dan jika tidak puas maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut dikemudian hari. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melampaui harapan konsumen, kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan konsumen (Sangadji dan Sopiha 2013:181).

Dalam Al-Quran telah ditegaskan dalil-dalil untuk memberikan layanan dari usaha yang dijalankan dengan baik yang berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, hal tersebut diterangkan dalam Q.S Al-Baqarah Ayat 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ
مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ
إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Terjemahan : Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.

Konsekuensi puas atau tidak puasnya pelanggan sangat penting bagi kalangan bisnis. Bagi bisnis kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan yang berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek. Ketidakpuasan pelanggan memunculkan sejumlah risiko, seperti protes oleh lembaga konsumen. Komplain pelanggan dan masuknya produk substitusi baru kepasar. Ketidakpuasan pelanggan bisa membantu perusahaan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kelemahan produk atau jasanya yang tidak mampu memenuhi standar konsumen (Tjiptono dan Candra 55: 2012).

Berdasarkan paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang disediakan rumah makan irda utama sudah dikategorikan baik, namun pada kenyataannya hal tersebut belum mampu memberikan kepuasan pada pengunjung. Ini ditunjukkan berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung yang sering mengeluh setelah merasakan produk dan pelayanan yang diberikan rumah makan irda utama. Salah satu contohnya adalah dalam kualitas produk rumah makan irda utama yang dinilai kualitas produknya masih ada yang kurang bagus. Pengunjung juga mengeluhkan mengenai pelayanan yang diberikan dan menilai jika pelayanan pada rumah makan irda utama kurang cepat. Namun rumah makan irda utamasendiri sudah berupaya memberikan pelayanan yang cepat.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut apakah kualitas produk yang ada pada rumah makan irda utamatelah memenuhi harapan pengunjung, dan apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah makan irda utamajuga telah memenuhi harapan pengunjung. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Studi Kasus Pada Rumah Makan Irda Utama.**

1.2 Batasan Masalah

Dalam melakukan sebuah penelitian, pembatasan masalah merupakan salah satu hal yang penting yang harus dilakukan oleh peneliti. Oleh sebab itu peneliti harus memberikan pembatasan masalah agar penelitian ini lebih terarah dan

fokus pada permasalahan yang akan diteliti. Pembatasan masalah yang akan dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini hanya akan terfokus pada variabel Kualitas Produk yang ada mengenai Rasa, Tampilan, Variasi Menu dan Standar Porsi yang ada pada Rumah Makan Irda Utama.
- 2) Variabel kualitas pelayanan mengenai wujud fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati kariawan Rumah Makan Irda Utama.
- 3) Kepuasan konsumen yang akan diteliti ialah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi setelah menikmati kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan pada Rumah Makan Irda Utama.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka perumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Rumah Makan Irda Utama?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Rumah Makan Irda Utama?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengunjung pada Rumah Makan Irda Utama.

- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Rumah Makan Irda Utama.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

- a. Dapat dijadikan sarana bagi penulis dalam penerapan teori dari mata kuliah yang pernah dipelajari selama perkuliahan, dengan demikian dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang dapat berguna di dunia kerja nantinya.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dan dapat menambah pengetahuan serta informasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

2) Manfaat Praktis

- a. Temuan diharapkan dapat berguna bagi pihak rumah makan irda utama di konawe selatan untuk dapat meningkatkan kepuasan Pengunjung.
- b. Dapat dijadikan bahan kajian dalam membandingkan penelitian yang akan dilakukan serta dapat menambah sumber-sumber kepustakaan (library) dalam penyusunan penelitian.

1.6 Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman definisi operasional perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan

istilah-istilah dalam judul penelitian, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah dalam judul penelitian ini.

1.6.1 Kualitas Produk

Kualitas produk adalah aspek ciri karakteristik untuk melihat kualitas sebuah produk. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja/performance, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk, dan juga *perceived quality*/kesan produk. Produk dengan kualitas yang bagus dan terpercaya akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Maria & Anshori (2013:1).

Untuk mengukur kualitas produk pada rumah makan irda utama peneliti menggunakan tiga indikator yaitu: cita rasa, tampilan, variasi menu dan standar porsi.

1.6.2 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Untuk mengukur Kualitas pelayanan yang ada di rumah makan irda utama peneliti menggunakan lima indikator yaitu: Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati.

1.6.3 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Sehingga, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*). (Kotler 2002).

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*Perceived Performance*) dan Harapan (*Expectation*) konsumen. Untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung di rumah makan irda utama peneliti menggunakan tiga indikator yaitu: Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Kesiediaan Merekomendasi.

1.7 Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Pada Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat tentang penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini memuat jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, data dan sumber data, instrumen penelitian, variabel dan desain variabel, teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan uraian tentang hasil atau temuan penelitian dan pembahasannya. Hasil Penelitian dan pembahasannya dapat disajikan dalam satu kesatuan atau terpisah.

BAB V PENUTUP

Bab V yaitu bagian penutup pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah dikaji dalam bab-bab sebelumnya dan berisi saran agar penerapan kajian kedepan lebih efektif dari sebelumnya.