

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi sekarang ini persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik pada pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya.

Dewasa ini, fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa orientasi produk mengalami pergeseran, dimana sektor jasa mengambil peranan yang semakin penting. Kenyataan yang ada pada masa sekarang ini menunjukkan bahwa konsumenlah yang kini memegang kendali permainan, perusahaan yang ingin tetap survive dan berkembang mau tidak mau harus dapat mengikuti selera konsumen. Dalam hal ini kepuasan atas kualitas pelayan menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan.

Menurut Kotler (1995) cara terbaik untuk membedakan sebuah perusahaan dengan perusahaan lain dalam persaingan saat ini adalah dengan melihat apakah mereka bisa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik, lebih baik dari perusahaan – perusahaan pesaing secara konsisten. Untuk meraih kondisi semacam ini cara adalah dengan memberi pelayanan prima dengan kualitas lebih atau setidaknya sama dengan harapan konsumen

sebelumnya. Kualitas pelayanan memegang peranan sangat penting pada kesuksesan dalam perusahaan dan merupakan kunci pokok untuk mendapatkan daya saing perusahaan.

Peter dan Olson (1987), berpendapat bahwa kunci pokok untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan membuat konsumen selalu merasa puas, karena dengan begitu konsumen akan selalu memilih produk tersebut dibanding produk – produk lain yang sejenis, serta akan membagi kepuasan yang ia peroleh dengan orang lain. Tapi demikian pula sebaliknya, apabila konsumen merasa tidak puas atau dikecewakan, ia akan beralih pada produk lain dan akan menceritakan ketidakpuasannya pada konsumen lain.

Berdasarkan fakta dan kenyataan tersebut maka apabila konsumen merasa mendapat kualitas pelayanan yang baik, lebih dari mereka yang mereka harapkan, maka konsumen dianggap memperoleh kepuasan. Tetapi sebaliknya, apabila konsumen merasa mendapat kualitas pelayanan yang buruk, lebih buruk dari yang mereka harapkan, berarti konsumen tidak memperoleh kepuasan.

Menurut A. Parasuraman, et.al.(1998)dalam Fandi Tjiptono (2001) kelima komponen pengukur dimensi kualitas pelayanan adalah : *Tangibles* atau aspek fisik merupakan penampilan dari fisik yang meliputi peralatan, layout dan perlengkapan, ruang, penampilan karyawan dan semua stafnya, serta hal – hal yang langsung dapat diamati oleh konsumen dengan mudah. Aspek ini memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan

kualitas pelayanan sebuah perusahaan, baik perusahaan penghasil barang atau jasa. *Reliability* atau kepercayaan yaitu bagaimana ketepatan untuk menepati janji – janji pelayanan secara tepat dan akurat, aspek ini meliputi keterampilan dan kecakapan dalam menjual dan melayani konsumen, pemberian kemudahan, dan kenyamanan dalam pelayanan. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu kemampuan dalam membantu dan melayani konsumen serta pelayanan yang tepat dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen. *Assurance* atau jaminan, aspek ini meliputi kemajuan dan pengetahuan karyawan serta staff dalam melayani kebutuhan konsumen. Kemampuan ini erat kaitannya dengan penciptaan jaminan kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan. *Empathy* atau empati yaitu kemampuan untuk memberikan pengertian atau perhatian secara khusus (*individualizes attention*) kepada konsumen yang bersifat pribadi.

Menurut Zulian Yamit (2001, hal 78) bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi hasil yang diinginkan.

Salah satu industri jasa yang sangat memperhatikan kepentingan pelayanan terhadap konsumen adalah usaha restoran atau rumah makan. Usaha restoran ini banyak kita jumpai baik di kota – kota besar maupun kota kecil. Para pengusaha yang mengembangkan bisnisnya dalam bidang ini tentunya menyadari bahwa persaingan mereka sangatlah ketat, untuk itu

mereka harus benar – benar memahami tingkat kualitas pelayanan yang mereka miliki agar keberadaannya dapat diterima secara baik oleh konsumen. Konsumen yang datang ke restoran atau rumah makan sejak awal mempunyai tujuan untuk menikmati aneka macam makanan yang ditawarkan dengan harapan dapat memberikan pelayanan kepadanya secara memuaskan. Seiring dengan perkembangan taraf hidup masyarakat yang semakin meningkat konsumen tidak hanya sekedar melihat menu yang disediakan saja, tetapi lebih dari itu mereka juga melihat dari pelayanan dan fasilitas pendukung yang tersedia.

Dalam hal ini, memilih pada salah satu lokasi penelitian yaitu Restoran Dixie Yogyakarta yang memiliki reputasi dan nama baik. Restoran ini memiliki karakteristik tertentu antara lain: Gedung atau bangunan yang memiliki arsitektur yang modern dengan dua lantai, desain interior yang menarik dengan lebih mengutamakan kenyamanan sehingga konsumen merasa betah, kebersihan dan keindahan ruangan yang selalu terjaga, menu makanan yang beraneka ragam mulai dari menu masakan Indonesia maupun luar negeri, karyawan atau staff yang ditempatkan pada pintu masuk untuk menerima dan memberikan arahan kepada konsumen yang datang, sajian live music pada hari – hari tertentu sehingga menambah suasana nyaman bagi para konsumen.

Penelitian ini akan mengukur pengaruh aspek fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati pada pemberian jasa oleh Restoran Dixie karena kelima aspek tersebut adalah aspek yang paling relevan berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen. Kelima aspek tersebut dikembangkan dalam 22 pertanyaan seperti yang dikembangkan oleh Parasuraman dengan berbagai modifikasi. Permasalahan kualitas jasa dan kepuasan konsumen adalah permasalahan yang dihadapi setiap perusahaan jasa termasuk Restoran Dixie Yogyakarta. Oleh karena itu, dari uraian diatas maka penelitian ini mengambil judul ***“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pada Restoran Dixie Yogyakarta “***.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap masing – masing variabel kualitas pelayanan pada Restoran Dixie Yogyakarta ?
2. Apakah variabel – variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Dixie Yogyakarta ?
3. Variabel kualitas manakah yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Dixie Yogyakarta ?

1.3 Batasan Masalah:

1. Produk yang dianalisis adalah restoran Dixie Yogyakarta.
2. Obyek penelitian adalah konsumen restoran Dixie Yogyakarta.
3. Variabel dimensi kualitas jasa yang dianalisis meliputi : aspek fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel kualitas pelayanan pada Restoran Dixie Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Dixie Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui variabel – variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Restoran Dixie Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu di universitas islam indonesia yogyakarta, serta untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh dan dipelajari dibangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam menetapkan kebijaksanaan dan strategi dibidang pemasaran.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.