

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin maraknya persaingan bisnis, baik di pasar domestik maupun di pasar nasional, mengakibatkan suatu perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus dapat peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan perhatian kepada kepuasan dan ketidakpuasan konsumen sebagai tujuan utamanya. Tidak terkecuali dalam usaha kuliner yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan cafe tenda, bisnis makanan berskala Menengah seperti depot, rumah makan dan café sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang.

Semakin berkembangnya usaha kuliner ini seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering dihubungkan dengan pekerja atau seseorang yang sibuk melakukan aktivitas di luar rumah, baik itu pria maupun wanita yang selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah.

Melihat perkembangan perilaku masyarakat yang semakin berkembang secara cerdas ini dianggap sebagai sebuah peluang bisnis oleh para pelaku usaha di kategori kuliner khususnya cafe, rumah makan baik secara independen maupun tergabung dalam suatu pujasera (foodcourt). Fenomena semakin menjamurnya bisnis kuliner ini pun berimbas pada kota Depok. Hal ini menandakan semakin bergairahnya minat pelaku usaha di Depok untuk berinvestasi di kategori ini.

Dilihat semakin banyaknya usaha kuliner yang belum terdaftar, dapat dikatakan tingkat persaingan bisnis kuliner akan semakin kompetitif. Bagi perusahaan, untuk menciptakan kepuasan konsumen dengan memberikan kualitas jasa yang baik dianggap sebagai suatu strategi yang tepat untuk bertahan dan mendapatkan hasil yang terbaik pada suatu persaingan. Tentunya citra kualitas yang baik bukan berdasarkan persepsi pihak penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi konsumen.

“Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan ”(Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, 2010 : 115)

Bagi perusahaan, untuk menciptakan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas jasa yang baik dianggap sebagai suatu strategi yang tepat untuk bertahan dan mendapatkan hasil yang terbaik pada suatu persaingan. Tentunya citra kualitas yang baik bukan berdasarkan persepsi pihak penyedia jasa berdasarkan persepsi pelanggan.

Untuk itu dalam upaya pemberian kualitas jasa yang memberikan kepuasan pelanggan, maka penting bagi pihak Rumah Makan Mpok Ida Depok untuk meningkatkan keunggulannya dengan memberikan kepuasan konsumen secara konsisten dengan melakukan pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan melalui penelitian pelanggan secara berkala. Hal ini dapat dilakukan agar dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan

pengembangan dan implementasi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Mpok Ida Depok.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mpok Ida Depok”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Mpok Ida Depok?
2. Apakah kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Mpok Ida Depok?

1.3. Maksud dan Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah di atas adapun maksud penelitian adalah untuk mengetahui kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Mpok Ida Depok.

Sedangkan tujuannya adalah untuk memenuhi syarat yang telah ditentukan untuk mencapai kelulusan Program Strata Satu (S1) Program Studi Sistem

Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri
(STMIK Nusa Mandiri)

1.4. Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian yaitu :

A. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan cara meninjau langsung ke tempat usaha yang berlokasi di Jalan Raya Mekarsari Depok.

B. Wawancara

Wawancara atau *interview* dilakukan dengan narasumber bapak Abdul Basyit selaku pemilik Rumah Makan Mpok Ida Depok.

C. Studi Pustaka

Dilakukan dengan cara mempelajari literatur-literatur, buku-buku, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, yang berguna untuk memperoleh informasi yang lebih ilmiah sebagai perbandingan dengan prosedur yang dijalankan perusahaan.

1.5 Ruang Lingkup

Dari berbagai permasalahan yang telah ditentukan ternyata kepuasan pelanggan menyangkut aspek, dimensi dan faktor-faktor penghambat permasalahan yang luas dan kompleks sifatnya. Dengan keterbatasan peneliti

dalam waktu, data, materi dan tenaga yang mampu dikerahkan untuk maksud pemecahan keseluruhan masalah maka penelitian ini dilakukan terbatas pada masalah "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mpok Ida Depok"

1.6. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan kerangka berpikir penelitian maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

1. H_0 = "Kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah Makan Mpok Ida Depok."
2. H_1 = "Kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Mpok Ida Depok."