

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini banyak perusahaan yang berkompetisi untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapatkan pencitraan yang positif di benak pelanggan. Pihak manajemen di masing-masing perusahaan juga dituntut agar dapat meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Selain mempertahankan pelanggan, keberhasilan perusahaan dalam mencapai kinerja yang optimal ditentukan oleh seberapa besar perusahaan mampu untuk berinovasi agar dapat terus bertahan dan berkompetisi di dalam dunia bisnis. Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia semakin lama semakin meningkat, maka dari itu fenomena ini adalah salah satu fenomena yang sangat menarik kita simak. Strategi pemasaran yang tepat dan terencana bukan hanya diterapkan di perusahaan besar, tetapi di perusahaan kecil atau di perusahaan pemula juga menerapkan strategi yang sama, demi kelangsungan perusahaan baik dengan cara pencitraan merek yang baik di benak pelanggan, kualitas pelayanan yang baik, kualitas produk yang berkualitas, lokasi yang strategis, serta penyampaian tentang keistimewaan dan kelebihan produk yang dihasilkan dalam bentuk promosi untuk menciptakan kepuasan di benak pelanggan. Konsep yang biasanya dijadikan sebagai keunggulan dalam bersaing oleh suatu perusahaan yaitu konsep bauran pemasaran (*Marketing*

*Mix*), yang terdiri dari empat variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran, yaitu: keunggulan dalam hal produk (*product*), harga (*price*), tempat/ lokasi (*place*), dan pemasaran (*promotion*). Hal-hal inilah yang biasanya dilakukan oleh perusahaan agar dapat menjadi suatu keunggulan dari perusahaan tersebut agar dapat memasuki persaingan pasar yang semakin ketat.

Salahsatu sektor yang masuk ke dalam persaingan bisnis di dunia usaha yaitu sektor perdagangan, khususnya perdagangan di bidang kuliner. Para penjual harus bisa menemukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan pasar, selain itu juga para pelaku bisnis harus dapat memikirkan cara agar pelanggan merasa puas, maka para pelaku bisnis layanan makanan (*food service*) ditantang untuk menciptakan suatu diferensiasi unik dan posisi yang jelas, sehingga pelanggan dapat membedakan dengan para pesaingnya.

Semakin berkembangnya usaha layanan makanan (*food service*) seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering dihubungkan dengan pekerjaan atau seseorang yang sibuk melakukan kegiatan atau aktivitas diluar rumah, baik pria ataupun wanita yang selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari, salahsatunya yaitu dengan mencari makanan dan minuman diluar rumah. Dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah kafe dan restoran yang melahirkan sebuah fenomena dan budaya baru. Selain sebagai tempat untuk kebutuhan utama yaitu makan dan

minum, restoran dan kafe digunakan sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan dan bahkan menjadi salahsatu tempat untuk melakukan *prospecting business* antar eksekutif perusahaan. Sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum diluar rumah telah menjadi bagian yang sudah biasa dilakukan.

Salahsatu persaingan bisnis khususnya dalam bidang kuliner yang dapat kita jumpai yaitu terletak di Kabupaten Bandung, tepatnya di Rumah Makan Sukarajin Soreang. Rasanya yang enak dan fasilitas yang memadai merupakan salahsatu tujuan para pembeli. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan senang dan puas akan kinerja karyawan di rumah makan tersebut, karena salahsatu hal yang membuat pelanggan merasa puas yaitu pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan tersebut. Menurut Fandy Tjiptono (2007) kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Selain kualitas pelayanan, letak atau lokasi Rumah Makan pun dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lokasi Rumah Makan inipun telah melalui beberapa pertimbangan yang dilakukan, salahsatunya mereka menentukan tempat yang nyaman dan strategis sehingga mudah dijangkau dan tepat untuk menjadi tempat makan yang mudah dituju banyak orang. Seperti yang dikatakan oleh Fandy Tjiptono (2002) para pelaku usaha atau pengusaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor dalam menentukan lokasi untuk menjalankan suatu usaha, diantaranya (1) akses atau kemudahan untuk dijangkau (2) visibilitas atau kemudahan untuk dilihat

(3)lalu lintas (4)tempat parkir yang luas (5)ekspansi atau tersedianya tempat yang luas untuk perluasan dikemudian hari (6)lingkungan (7)persaingan (8) peraturan pemerintah.

Persaingan perusahaan dibidang kuliner ini tentu masih banyak kurangnya, salahsatu tanda atau ciri kurangnya kepuasan pelanggan di Rumah Makan Sukarajin ini dapat dilihat dari masih adanya keluhan-keluhan dari pelanggan, yang berarti masih kurangnya layanan yang diberikan oleh pihak dari Rumah Makan Sukarajin kepada pelanggannya.

**Tabel 1.1**

**Data Keluhan Pelanggan Rumah Makan Sukarajin Soreang**

<b>Bulan/ Tahun 2016</b>	<b>Banyak Keluhan</b>
Juli	4
Agustus	8
September	30
Oktober	50
November	20
Desember	10

**Sumber: Data Diolah Peneliti**

Diketahui bahwa ternyata tingkat keluhan yang diterima oleh pihak Rumah Makan Sukarajin masih naik turun secara drastis. Tingginya tingkat keluhan ini menjadikan Rumah Makan Sukarajin harus mewaspadai adanya unsur ketidakpuasan yang diterima pelanggan terhadap layanan dari manajemen Rumah Makan Sukarajin.

Saran dan keluhan dari konsumen sangat diharapkan untuk kemajuan Rumah Makan Sukarajin, selanjutnya akan dijadikan bahan pembenahan dan dicari solusi yang terbaik. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menurut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Manajemen Rumah Makan Sukarajin ini dituntut untuk dapat membaca keinginan dari pembelinya, sehingga dengan begitu dapat memberikan kepuasan kepada para pembelinya, dan pembeli yang telah memutuskan untuk makan atau minum di Rumah Makan Sukarajin ini tidak merasa kecewa sehingga pada akhirnya pembeli merasa puas. Dengan demikian, akan lebih mudah untuk bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada, terutama bisnis kuliner di Soreang. Adapun data penjualan di Rumah Makan Sukarajin pada tiga tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.2**

**Data Penjualan Pada Rumah Makan Sukarajin Soreang**

**Tahun 2014-2016**

<b>Bulan</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Januari	Rp. 5.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 8.000.000
Februari	Rp. 5.000.000	Rp. 6.000.000	Rp. 8.000.000
Maret	Rp. 4.000.000	Rp. 6.000.000	Rp. 8.000.000
April	Rp. 5.000.000	Rp. 6.000.000	Rp. 8.000.000
Mei	Rp. 6.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 8.000.000
Juni	Rp. 5.000.000	Rp. 6.000.000	Rp. 9.000.000
Juli	Rp. 6.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 10.000.000

<b>Bulan</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Agustus	Rp. 6.000.000	Rp. 4.000.000	Rp. 10.000.000
September	Rp 5.000.000	Rp. 6.000.000	Rp. 3.000.000
Oktober	Rp. 5.000.000	Rp. 7.000.000	Rp. 0
November	Rp. 4.000.000	Rp. 7.000.000	Rp. 6.000.000
Desember	Rp. 5.000.000	Rp. 7.000.000	Rp. 7.000.000
<b>Jumlah</b>	<b>Rp. 61.000.000</b>	<b>Rp. 70.000.000</b>	<b>Rp. 85.000.000</b>

**Sumber: Data Diolah Peneliti**

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa penjualan di Rumah Makan Sukarajin Soreang mengalami naik-turun setiap bulannya dari tahun ke tahun. Bisa dilihat, pendapatan jumlah setiap tahunnya mengalami kenaikan, akan tetapi jika kita jeli dalam melihat keuntungan setiap bulannya selalu mengalami naik turun. Jika pendapatan per bulan selalu mengalami kenaikan, maka pendapatan pertahun pun akan mengalami kenaikan yang lebih tinggi. Jika dilihat jumlah keluhan setiap bulannya terhadap keuntungan yang didapatkan Rumah Makan tersebut membuat keduanya saling berkaitan, seperti keluhan di bulan Oktober tahun 2016, keluhan yang didapat rumah Makan Sukarajin Soreang ini yaitu ada 50 orang pelanggan, dan jika kita lihat di pendapatan pada bulan dan tahun yang sama, pendapatannya yaitu Rp. 0. Hal ini disebabkan karena adanya musibah yang menimpa pemilik Rumah Makan tersebut. Masih mementingkan urusan keluarga juga salahsatunya hal yang membuat Rumah Makan ini sering tutup, sehingga pemasukan yang berkurang dan keluhan pelangganpun masih sering terjadi.

Kemudian hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau dalam hal ini yaitu manajemen ataupun pemilik Rumah Makan Sukarajin Soreang dengan menganalisa keluhan-keluhan dari pelanggan, seperti misalnya ketepatan waktu jam buka setiap harinya, pemberitahuan jika tidak akan buka, keramahan pelayanan, ketersediaan makanan yang diinginkan pelanggan, dan lain sebagainya. Pihak perusahaan juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggan.

Dengan uraian tersebut diatas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN SUKARAJIN SOREANG”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat di identifikasikan berbagai masalah pada Rumah Makan Sukarajin Soreang ini yaitu masih banyaknya keluhan mengenai ketetapan jadwal buka-tutup setiap harinya, tidak tetapnya jadwal jam buka dan tutup setiap harinya, tidak tersedia makanan tambahan (jika makanan sudah habis maka pada hari itu tidak dibuatkan lagi), tidak dapat memprediksikan datangnya pelanggan yang makan di Rumah Makan Sukarajin Soreang ini, Ketatnya persaingan perdagangan pada rumah makan di lokasi tersebut membuat omset pendapatan sedikit menurun di tahun tertentu.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Sukarajin Soreang ?
2. Seberapa besar pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Sukarajin Soreang ?
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Sukarajin Soreang ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sukarajin Soreang
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Sukarajin Soreang
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Sukarajin Soreang.

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi informasi yang sangat bermanfaat, untuk dijadikan suatu acuan atau bahan



pemikiran dalam meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada konsumen agar lebih detail untuk memilih tempat makan yang nyaman.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran dan kajian tentang Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Bagi Pihak Lain

Diharapkan bisa sebagai bahan masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap masalah kepuasan pelanggan.

## **F. Kerangka Pemikiran**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Rangkuti (2006) kualitas pelayanan adalah penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2007) kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Lewis dan Booms dalam Fandy Tjiptono dan Chandra (2005), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang

diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu: jasa yang diharapkan atau jasa yang di persepsikan. Apabila jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya, apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan negative atau buruk.

Jadi baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

## **2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan Rambat Lupiyoadi (2001). Komponen yang menyangkut lokasi Fandy Tjiptono (2001) meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat dengan pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.

Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha, menurut Fandy Tjiptono (2002) para pengusaha/ pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya:

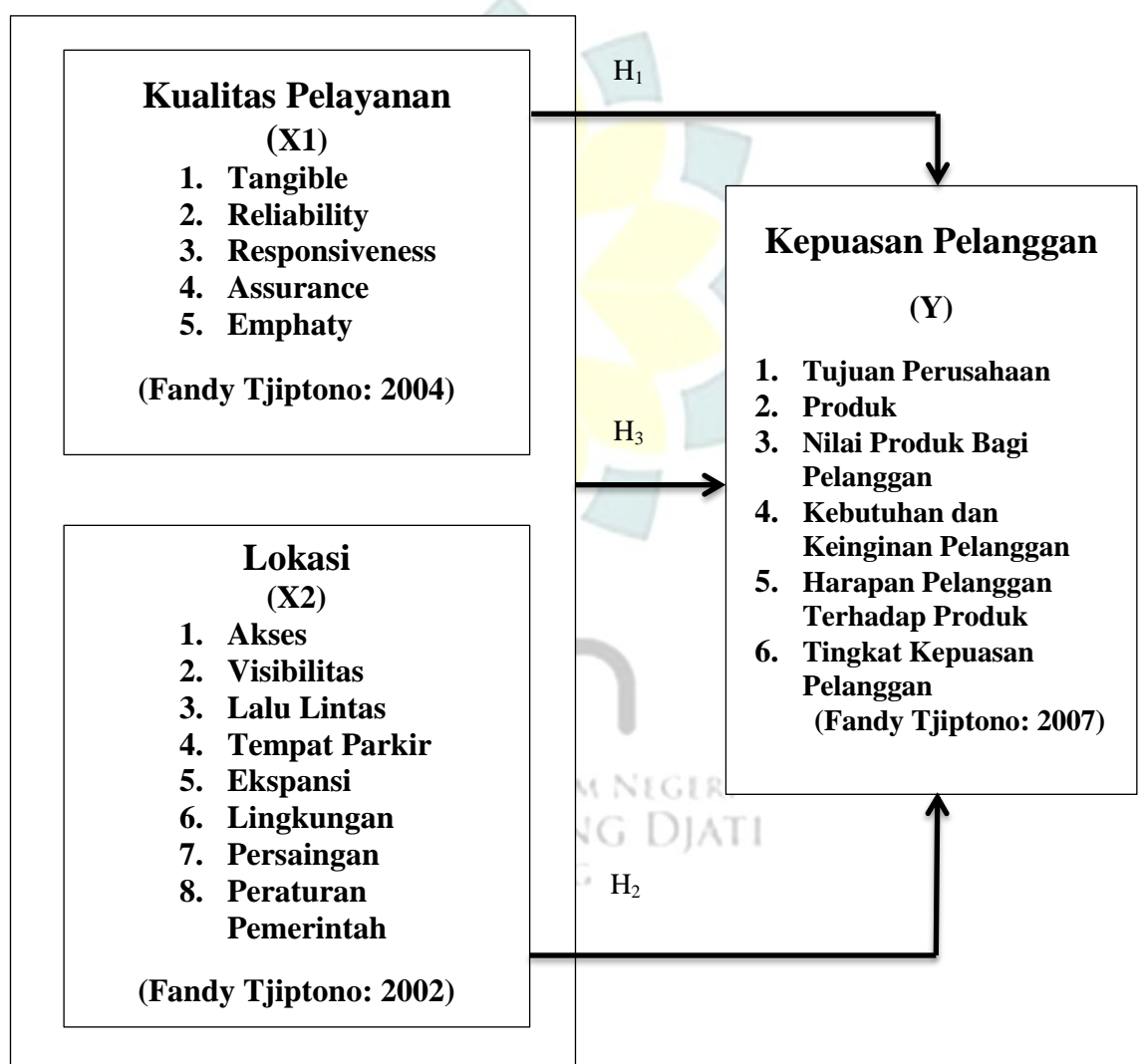
1. Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau
2. Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat
3. Lalulintas, ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya impuls buying dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan
4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan beroda dua maupun kendaraan beroda empat
5. Ekspansi yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari
6. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan
7. Persaingan
8. Peraturan pemerintah

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Dabholkar et, al (2000) dalam Fandy Tjiptono (2005) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat diambil hipotesis bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Begitupun dengan lokasi, menurut Fandy Tjiptono (2004) dalam Ardhana (2010) mengatakan bahwa *mood* dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain, dan tata letak fasilitasnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adytomo (2006)

mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di hotel Grasia Semarang, hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jadi bisa disimpulkan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis menggambarkan model penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**

**Sumber: Data Diolah Peneliti**

## G. Penelitian Terdahulu

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Hasil dan Kesimpulan
1	Subaidi (2005)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pada Usaha Jasa Internet Zaisya net Malang	Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen	Hasil berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan Konsumen
2	Yhoga Leksmana (2006)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Wong Solo Cabang Malang	Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Hasil berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan
3	Rayi Endah (2008)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap		Hasil berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Hasil dan Kesimpulan
		Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Taman Singosari Semarang	Kualitas pelayanan, kualitas produk, Harga dan kepuasan pelanggan.	produk dan harga mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4	Oldy Ardhana (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Caesar Semarang	kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan.	Hasil berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan
5	Evrina Wardhani (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Kedai Digital 23 Semarang	Kualitas produk, kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan	Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan kedai digital 23 terhadap kepuasan pelanggan.

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Hasil dan Kesimpulan
6	Mei Andika (2012)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket Alfamart di Kota Malang	Kepuasan Pelanggan	Hasil berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh bahwa variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan itu sendiri
7	Kadek Indri Novita Sari Putri (2013)	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar	Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan Pelanggan	Hasil berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan Jasa mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan Pelanggan
8	Fatchur Rachman (2014)	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Sengkono Surabaya	Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan	Hasil berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh bahwa variabel kualitas layanan, harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

## H. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah peneliti kemukakan, peneliti mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

### Hipotesis 1

$H_0$  = kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan.

$H_a$  = Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

### Hipotesis 2

$H_0$  = Lokasi tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_a$  = Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

### Hipotesis 3

$H_0$  = Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_a$  = Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

