

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Kebutuhan manusia semakin meningkat dan beragam. Pemenuhan kebutuhan ini menjadikan peluang bisnis dan pasar terbuka menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksi. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama. Proses pemenuhan kebutuhan atau kepuasan pelanggan tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja, namun juga membutuhkan adanya sistem pelayanan yang mendukung, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan membawa dampak positif bagi perusahaan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dengan kinerja yang diharapkan (*expected performance*). Oleh karenanya evaluasi maupun perbaikan kualitas pelayanan menjadi sangat penting dilakukan jika perusahaan ingin tetap eksis dimata pelanggannya (Santoso, 2006).

Perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan untuk

menciptakan kualitas layanan yang tinggi. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan pelanggan dibanding harapannya, pelanggan tentu akan semakin puas (Istijanto, 2005). Kotler dan Keller (2002), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan Tjiptono (2007), menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Bermen (dalam Laksana, 2008) kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan sepuluh dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), kredibilitas (*credibility*), kompeten (*competence*), akses (*access*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kesopanan (*courtesy*), komunikasi (*communication*), mengerti pelanggan (*understanding the customers*) dan keamanan (*security*). Penentuan harga yang tepat juga harus mempertimbangkan fasilitas yang didapat. Harga merupakan salah satu faktor penting, karena harga dapat menjadi alasan utama konsumen memilih produk atau jasa. Harga adalah satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan. Harga merupakan salah satu elemen yang fleksibel, karenanya harga dapat berubah sewaktu-waktu. Harga juga dapat menjadi penentu keberhasilan perusahaan karena harga dapat menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk maupun jasa (Jacub dan Laksono, 2012).

Data empiris tentang variabel kualitas pelayanan dan harga yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Manoppo (2013), menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Amanah (2010), menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Irawan (2013), menyatakan kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan itu akan merasa puas, sedangkan jika harga yang relatif murah dan pelanggan mendapatkan produk/jasa yang berkualitas maka pelanggan itu akan merasa puas. Hal yang penting lagi adalah dengan meningkatkan kualitas menu dan membuat inovasi menu baru untuk senantiasa memberi kepuasan kepada pelanggan. Konsumen akan semakin tertarik untuk kembali datang, bahkan juga menarik konsumen baru dengan terpenuhinya kepuasan tersebut. Marconi (1989), menyatakan harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas. Akan tetapi pada kenyataannya teori tersebut tidak sesuai dengan fenomena yang terjadi di lapangan. Berdasarkan hasil observasi awal kepada 10 responden yang telah berkunjung ke *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina untuk menilai variabel kualitas pelayanan dan variabel harga (data terlampir). Hasil kuesioner awal tentang variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 (Lampiran 2).

Adanya pelanggan yang beranggapan kualitas pelayanan belum cukup baik dan harga yang relatif mahal. Selain itu penurunan penjualan terjadi dari bulan April 2018 sampai dengan September 2018 dapat dilihat pada Tabel 1.3 (Lampiran 2). Jadi dapat disimpulkan bahwa adanya rasa kurang puas yang dirasakan oleh pelanggan *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina.

Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina”**. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2018 sampai dengan bulan Januari 2019.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah yang terjadi adalah sebagai berikut.

- (1) Keterlambatan memenuhi pesanan, jika pelanggan ramai sering terjadi keterlambatan pesanan sehingga harus menunggu cukup lama
- (2) Kesalahan order, contohnya seperti pelanggan memesan potongan ayam dada tetapi pelayan malah memberikan potongan paha
- (3) Kualitas masakan, terkadang tingkat kematangan daging kurang baik, daging terlalu kering atau daging yang kurang matang.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah yang terjadi maka peneliti membatasi pada permasalahan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan agar penelitian ini lebih terfokus pada permasalahan pokok dan pembahasannya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina?
- (2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina?
- (3) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk menguji hal-hal sebagai berikut.

- (1) Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina.
- (2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina.
- (3) Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

- (1) Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

- (2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah bagi pihak *Sea Breeze Bar And Restaurant*, manfaatnya yaitu memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen sebagai bahan evaluasi *Sea Breeze Bar And Restaurant* di Lovina.