

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di zaman sekarang ini usaha berkembang sangat pesat, termasuk perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner. Banyak perusahaan baru bermunculan, yang menyebabkan peningkatan jumlah bisnis dalam kategori ini. Hal ini menyebabkan persaingan menjadi lebih intens. Oleh karena itu, dalam melakukan transaksi, para pelaku usaha harus memiliki kemampuan untuk menghadapi situasi dan kondisi yang demikian, bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Para pengusaha perlu memiliki keterampilan untuk mempertahankan pangsa pasar dan meraih kemenangan dalam persaingan guna mencapai perkembangan yang positif. (Situmeang, 2017).

Pemberian pelayanan merupakan suatu tindakan atau strategi yang perlu dijalankan oleh perusahaan guna memperoleh keunggulan kompetitif terhadap perusahaan lain. Kualitas yang baik dinilai berdasarkan tanggapan konsumen, bukan pandangan perusahaan. Oleh sebab itu, era kesadaran konsumen sangat signifikan dalam evaluasi atau layanan yang mereka terima. Keunggulan suatu perusahaan, baik dalam bidang jasa maupun perdagangan komoditas, sangat tergantung pada kesadaran konsumen. Setiap bisnis memiliki pendekatan yang berbeda, membedakan antara satu perusahaan dengan yang lainnya. (Sunarti, 2017).

Untuk mengukur keberhasilan suatu usaha, dapat dilihat dari tingkat kepuasan konsumen, karena konsumen merupakan elemen kunci dalam

mencapai kesuksesan bisnis. Agar perusahaan dapat terus berkembang, perbaikan dalam kepuasan layanan terhadap konsumen harus terus dilakukan. Di era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat. Pengusaha perlu menggali lebih banyak ide kreatif untuk meningkatkan upaya penelitian konsumen. Dalam lingkungan persaingan yang intens, menjaga kenyamanan dan kepuasan konsumen menjadi sangat penting. Kualitas layanan merupakan elemen kritis untuk mempertahankan operasional bisnis konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat. (Agus Riyanto, 2015).

Konsumen sebagai pengguna jasa layanan memiliki peran penentu terhadap kualitas pelayanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan cara pertama-tama mengidentifikasi pandangan konsumen mengenai jenis layanan yang diperlukan dan diinginkannya, lalu menyesuaikannya, dengan pelayanan yang akan diberikan oleh restoran. Dengan begitu, restoran berupaya secara konsisten menyajikan layanan yang sesuai dengan keperluan dan harapan konsumen, bertujuan untuk mencapai tingkat kepuasan yang optimal.

Variabel yang dianggap signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah mutu pelayanan yang disajikan oleh restoran. Mutu layanan melibatkan berbagai elemen seperti responsivitas, keramahan, kecepatan pelayanan, dan kualitas makanan. Pelanggan yang merasakan adanya pelayanan yang unggul umumnya akan merasa lebih memuaskan dan cenderung loyal terhadap restoran tersebut. Tetapi, mengingat variasi preferensi dan harapan pelanggan, memahami dampak berbagai aspek mutu

layanan terhadap kepuasan pelanggan di sektor restoran menjadi hal yang krusial. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini ialah untuk menyelidiki lebih mendalam mengenai hubungan antara mutu layanan dan kepuasan pelanggan di lingkungan restoran.

Peningkatan persaingan yang signifikan mendorong para pengusaha untuk lebih memperhatikan kebutuhan konsumen dan berupaya memenuhinya. Kepuasan konsumen dianggap sebagai elemen kunci dalam menjalankan suatu usaha, dengan tujuan utama mencapai kelancaran operasional dan meraih keuntungan. Strategi untuk memastikan kepuasan konsumen melibatkan pemilihan lokasi yang strategis, penyediaan fasilitas yang menandai, dan penyajian layanan dengan kualitas yang baik. (Haraiji dan Iriyanto, 2019)

Kualitas produk yang disediakan oleh perusahaan memegang peranan penting karena dapat menciptakan kesan positif dan kepuasan bagi konsumen yang menikmati produk tersebut. Experiential Marketing merupakan pendekatan pemasaran yang berfokus pada pengalaman konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi produk, sehingga dapat mengukur tingkat kepuasan konsumen setelah penggunaan produk. Lokasi sebagai saluran distribusi juga memiliki peran signifikan dalam memastikan kepuasan konsumen, yang melibatkan aspek aksesibilitas, lingkungan sekitar, dan ketersediaan tempat parkir. Oleh karena itu, penentuan lokasi oleh produsen harus mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk memastikan kepuasan konsumen.

Penentuan lokasi menjadi faktor kunci dalam menentukan kesuksesan penjualan produk. Proses pemilihan lokasi penjualan memiliki peranan yang sangat vital bagi para pelaku bisnis, karena mereka perlu menarik konsumen ke lokasi penjualan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pemilihan posisi strategis, perusahaan dapat menciptakan penghalang akses pasar bagi pesaing. Di sisi lain, penentuan/pemilihan lokasi juga menunjukkan dedikasi jangka panjang perusahaan, karena perpindahan lokasi dapat berdampak negatif dan sulit dilaksanakan. Memilih lokasi dengan cermat akan memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis. (Hanifudin, Syarifuddin, dan Hasiholan, 2017).

Dengan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di sektor restoran, restoran-restoran dapat merancang strategi yang lebih efisien untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, ada, menjaga loyalitas pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan berharga bagi pemilik restoran, manajer, dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya dalam upaya untuk mengoptimalkan kualitas layanan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Jika restoran mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, maka konsumen pasti merasa puas dengan layanan restoran tersebut. Kepuasan konsumen mencakup kondisi dimana harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen berhasil dipenuhi. Pelanggan yang merasa puas adalah mereka yang melihat bahwa harapan mereka terpenuhi

dari produk atau jasa yang mereka konsumsi. Oleh sebab itu, pihak yang menyediakan produk atau jasa harus bisa memenuhi keinginan konsumen terhadap kualitas produk dan jasa, demikian, konsumen akan mengalami kepuasan tersendiri setelah mengunjungi restoran cepat saji tersebut.

Pada saat peneliti melakukan penelitian pra survey di rumah makan Ampera Suci masih ditemukan beberapa masalah di antaranya dari segi pelayanan yang belum sesuai dengan keinginan konsumen seperti terlambatnya dalam penyajian makanan, dan kurang menanggapi keluhan yang disampaikan dari konsumen, serta rumah makan ini memiliki tempat parkir yang kurang memadai sehingga membuat konsumen kurang nyaman, bahkan pada saat ini banyak restoran yang memiliki kualitas pelayanan dan lokasi yang lebih baik dan memadai sehingga dapat membuat persaingan dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Tabel 1.1
Hasil Pra Survey

No	Item Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Apakah pegawai Ampera Suci menggunakan seragam	14	6
2.	Apakah pegawai Ampera Suci memperlakukan dengan ramah	13	7
3.	Apakah pegawai Ampera Suci menanggapi keluhan anda dengan cepat	6	14
4.	Saya merasa parkir di rumah makan Ampera Suci ini cukup memadai untuk kendaraan saya	7	13

5.	Saya suka dengan suasana lingkungan sekitar rumah makan Ampera Suci ini	14	6
6.	Aksesibilitas menuju rumah makan Ampera Suci ini dari jalan utama cukup mudah bagi saya	13	7
7.	Saya merasa puas dengan kualitas makanan yang disajikan di rumah makan Ampera Suci	19	1
8.	Saya merasa harga yang ditawarkan di rumah makan Ampera Suci sebanding dengan kualitas makanan dan layanan yang diberikan	19	1

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel hasil Pra-survei diatas, untuk mengetahui kepuasan konsumen di restoran Ampera Suci Bandung. Mengacu pada hasil pra-survei yang telah dilakukan kepada 20 responden di ketahui, 70% dari 20 responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Ampera Suci ini cukup baik. 80% dari 20 orang responden menyatakan bahwa lokasi ampera suci ini cukup mudah untuk dijangkau dan 90% dari 20 responden menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan kualitas pelayanan dan lokasi Ampera Suci Bandung.

Dengan konteks tersebut, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merespon pertanyaan-pertanyaan utama mengenai dampak kualitas layanan

terhadap kepuasan konsumen di sektor restoran. Melihat banyaknya restoran yang kualitas pelayanannya kurang dan lokasinya sulit di jangkau. Oleh karena itu, penulis memilih penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Ampera Suci Bandung “.**

B. Identifikasi Masalah

Mengacu pada konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, perhatian utama penelitian ini tertuju pada masalah yang telah diidentifikasi adalah bagaimana cara mengetahui kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Ampera.

1. Banyak rumah makan yang kualitas pelayanannya belum sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Tidak sedikit restoran yang lokasinya sulit dijangkau.
3. Terdapat persaingan dalam menciptakan kepuasan konsumen.

C. Rumusan Masalah

1. Seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Ampera?
2. Seberapa besar lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Ampera?
3. Seberapa besar kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Ampera?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui berapa besar kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Ampera.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Ampera.
3. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Ampera.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis
 - a) Sebagai tambahan informasi atau materi studi untuk memperluas pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, terutama terkait dampak kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam suatu perusahaan.
 - b) Untuk kalangan akademisi, studi ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan yang ada dan memberikan wawasan tentang hubungan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.
2. Manfaat Praktis
 - a) Bagi perusahaan diharapkan dapat menyumbangkan ide-ide berupa pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan pengalaman pemasaran terhadap kepuasan pelanggan kepada manajemen, terutama manajemen restoran.
 - b) Bagi penulis, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kesiapan dalam menggali lebih lanjut tentang penilaian

pelanggan terhadap restoran berdasarkan kualitas layanan dan lokasi.

- c) Bagi pihak lainnya, penelitian ini diharapkan menjadi panduan untuk penelitian selanjutnya.

