

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Dalam kondisi persaingan yang kompetitif, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar (Jhon Hendra Istianto dkk, 2011). Pada situasi persaingan ini setiap perusahaan dituntut mampu mengoptimalkan pengelolaan sumber daya untuk dapat bersaing di pasar.

Secara umum tujuan perusahaan adalah mencapai dan meningkatkan keuntungan melalui volume penjualan yang menguntungkan, artinya laba itu dapat diperoleh dengan melalui pemuasan konsumen. Dengan laba ini perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar, dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar kepada konsumen serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan (Ryan Nur Harjanto, 2010).

Dalam era globalisasi hampir setiap perusahaan menghadapi persaingan kompetitif dari pesaing, dan salah satu alat penting untuk mencapai profit jangka panjang adalah kepuasan konsumen (Ernawati, 2012). Pada dasarnya tujuan utama suatu perusahaan adalah mencari keuntungan, dalam hal ini adalah laba. Dalam hal ini pemerintah memberikan kebijakan untuk memotivasi para pelaku bisnis berskala kecil dan menengah untuk senantiasa mengembangkan diri melalui peningkatan aktivitas operasionalnya.

Pelanggan merasa puas akan suatu produk dari suatu merek, maka umumnya yang terjadi adalah pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya (Jhon Hendra Istianto dkk, 2011). Kualitas pelayanan, proses dan kualitas output, dengan kata lain standar pelayanan didefinisikan oleh pelanggan yang telah mengalami bahwa layanan dan

menggunakan pengalaman dan perasaan mereka untuk membentuk penghakiman (Md. Arifur Rahman dkk, 2012). Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan (Ernawati dkk, 2012).

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Dwi Aryani dkk, 2012).

Restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman bagi masyarakat umum dan dikelola secara profesional (John Hendra Istianto dkk, 2011). Sekarang ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang restoran cepat saji, hal ini disebabkan karena tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan termasuk dalam memilih restoran. Restoran membutuhkan pemikiran-pemikiran yang inovatif dan harus dapat membaca setiap gejala perubahan selera masyarakat, seperti apa yang mereka inginkan dan butuhkan.

Kafe Betawi merupakan salah satu restoran yang memepertahankan keaslian budaya Indonesia, seakan ikut menyelamatkan budaya dari banyaknya invasi budaya barat pada gaya hidup kuliner. Nuasanya yang ramah dan kental akan kemakmuran negeri, membawa konsumen satu langkah lebih maju dalam mencintai Jakarta. Seragam kebaya serta desain interior rumah khas betawi, makin kentara dengan tradisi kekeluargaan sesama pengunjung. Pengolahan makanannya yang alami dan tidak instan, bahan makanan yang selalu segar, sesuai dengan selera konsumen.

Beberapa penelitian yang berkaitan tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebelumnya yaitu John Hendra Istianto dkk (2011) yang menunjukkan keseluruhan variabel yaitu

reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan *tangibles* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ernawati dkk (2012) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Dwi Aryani dkk (2010) yang menunjukkan bahwa pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Ryan Nur Harjanto (2010) yang menunjukkan bahwa harga, produk, kebersihan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Md. Arifur Rahman dkk (2012) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga pada restoran di Khulna berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Berdasarkan fenomena yang ada, penulis ingin meneliti kembali serta mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, sehingga penelitian ini akan menggunakan restoran Kafe Betawi sebagai objek penelitian. Penelitian ini akan mencoba menelusuri pengaruh kualitas pelayanan dan harga, serta dampak dan hasil yang diterima oleh Kafe Betawi. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Kafe Betawi di Jakarta”**.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan diatas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan ?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk :

1. Untuk membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menjadikan hasil penelitian tersebut sebagai bahan masukan bagi restoran “Kafe Betawi” dan dapat dimanfaatkan oleh manajemennya untuk meningkatkan kinerja sumberdaya manusia untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.
2. Mengembangkan ilmu manajemen pemasaran terutama dalam bidang memenuhi kepuasan pelanggan.

