

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggannya dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan (Jurnal.id, 2018). Konsep ini sering disebut sebagai konsep pemasaran yang menitikberatkan pada kebutuhan pelanggan dengan sebaik-baiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan. Syarat yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Jurnal.id, 2018).

Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku pelanggan pada pasar sasarannya. Usaha untuk mempertahankan pelanggan bukanlah hal yang mudah. Perusahaan yang mampu mempertahankan pelanggan merupakan satu prestasi yang mencerminkan kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan perusahaan baik berupa barang ataupun jasa (Jurnal.id, 2018).

Salah satu usaha yang banyak diminati masyarakat yaitu usaha dalam bidang jasa, khususnya jasa waralaba seperti Restoran atau Rumah Makan (Cermati.com 2015). Citra Restoran yang telah terbentuk dalam benak masyarakat sebagai tempat yang enak dan santai untuk menikmati menu dan hidangan yang tersedia. Restoran menjadi tempat yang menyenangkan, dalam memuaskan kebutuhan untuk dapat menikmati hiburan dan menikmati hidangan yang tersedia dengan suasana yang santai dan nyaman (Nugroho et al, 2016).

Restoran merupakan salah satu usaha dalam bidang jasa, bisnis ini menawarkan jenis makanan dan minuman serta hiburan kepada para pelanggan. Kondisi ini menuntut pengusaha saling bersaing dengan cara meningkatkan kualitas produk, harga, fasilitas maupun pelayanan. Persaingan yang ketat menyebabkan suatu restoran perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada pelanggan. Hal ini menyebabkan restoran yang ada saling

berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan untuk tercapainya kepuasan pelanggan.

Kebanyakan pelanggan yang telah datang memiliki keluhan yang ditujukan untuk Veranda Pasta House and Cafe Resto, diantaranya yaitu pelanggan tidak bisa membedakan antara karyawan dengan tamu lain karena karyawan tidak memiliki seragam khusus, tidak hanya itu saja terkadang pelanggan juga mengeluhkan tentang menu yang disuguhkan karena tidak tersedia menu-menu baru yang membuat pelanggan merasa bosan terlebih lagi dengan fasilitas wifi yang tersedia kurang memadai dan juga mushollah yang disediakan untuk pengunjung terlalu sempit.

Hal tersebut seperti yang dikatakan oleh Eriselaku karyawan sebagai berikut: “Memang pelanggan selalu mengeluhkan mereka tidak bisa membedakan antara karyawan dan pengunjung yang lain karena tidak memakai seragam, nah yang paling sering dikeluhkan oleh pelanggan itu tentang menu yang itu-itu aja tidak ada menu baru” (Hasil wawancara dengan Eri tanggal 20 Oktober 2017).

Sesuai pernyataan dari Eri, Edy selaku Manager Veranda Pasta House and Cafe Resto juga menegaskan, “banyak sekali yang memberikan keluhannya untuk Veranda, selain yang telah diutarakan oleh karyawan saya, Eri, masih ada keluhan yang lain contohnya pada wifi dan musholla yang disediakan kurang memadai.” (Hasil wawancara dengan Edy tanggal 20 Oktober 2017). Dengan adanya beberapa keluhan yang diutarakan oleh pelanggan, perlu dipertanyakan tentang kepuasan pelanggan yang ada di Veranda Pasta House and Cafe Resto.

Kepuasan pelanggan adalah keadaan pelanggan baik yang merasa puas ataupun belum puas setelah tercapainya keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang telah disediakan. Pelanggan akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima telah terpenuhi, sebaliknya pelanggan akan merasa belum puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Menurut Irawan (2008) kepuasan pelanggan ditentukan persepsi pelanggan atas produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Irawan berpendapat bahwa ada lima faktor utama yang

mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosi dan lokasi.

Kualitas produk merupakan suatu kondisi yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Indra (2012) menjelaskan bahwa pelanggan akan puas apabila telah melakukan pembelian dan menggunakan produk tersebut. Kualitas produk adalah driver kepuasan pelanggan yang multi dimensi. Produk ditawarkan ke pasar agar mendapatkan perhatian dari pelanggan, sehingga pelanggan tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Irawan, 2008). Produk yang ditawarkan oleh Veranda Pasta House and Cafe Resto seringkali berubah rasa, terkadang rasa yang disajikan sedikit pekat dan terkadang hambar. Porsi yang disajikan pun cenderung sedikit.

Faktor kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan merupakan ciri serta sifat suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Nofita dan Kamal (2013) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen. Produsen dapat memberikan kualitas apabila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Pelayanan yang diberikan karyawan dengan baik akan mempengaruhi tingkat kenyamanan sehingga kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Pada Veranda Pasta House and Cafe Resto, pelanggan sering mengeluhkan bahwa pelanggan harus menunggu lama untuk dapat menikmati pesanan yang telah dipesan.

Faktor harga merupakan nilai suatu produk yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Nofita dan Kamal (2013) menjelaskan bahwa hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan yaitu harga dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan senang dalam menggunakan produk atau jasa tersebut karena indikator harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari pelanggan terhadap nilai yang diterima setelah melakukan pembelian. Semakin ekonomis harga yang ditawarkan, maka pelanggan akan

puas. Untuk itulah faktor harga menentukan tingkat kepuasan pelanggan yang berkunjung. Pelanggan juga akan membandingkan harga pada restoran lain, apabila harga itu lebih ekonomis maka mereka akan berkunjung kembali. Harga produk yang ditawarkan oleh Veranda Pasta House and Cafe Resto untuk jenis minuman mulai dari Rp 8.000 sampai dengan Rp 25.000 dan untuk jenis makanan ringan dan berat dipatok harga mulai dari Rp 17.000 sampai dengan Rp 39.000.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Aditia (2012) bahwa faktor emosi juga sangat menentukan kepuasan pelanggan, perilaku manusia ditentukan oleh emosi yang melingkupinya dan cenderung untuk menyerap adat kebiasaannya, dimana emosi merupakan perasaan pelanggan untuk melakukan pembelian, sehingga produk yang sesuai dengan harapan yang diinginkan maka akan menciptakan kepuasan pelanggan. Apabila produk yang dipilih tidak sesuai dengan keinginan akan menurunkan tingkat kepuasan. Tak jarang pelanggan Veranda Pasta House and Cafe Resto mengeluhkan tentang pesanan yang dipesan karena pesanan pelanggan tidak sesuai seperti harapan pelanggan, contohnya porsi makanan yang dipesan lebih sedikit dibanding harapan atau ekspektasi pelanggan.

Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap kesuksesan suatu perusahaan dan kepuasan pelanggan. Pratama (2015) menjelaskan bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar pelanggan dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian pelanggan. Lokasi inilah yang mempengaruhi sebuah mood dan respon pelanggan dan mood inilah yang nantinya akan memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Semakin strategis dan terjaminnya keamanan lokasi usaha maka akan menciptakan kepuasan pelanggan. Apabila lokasi berdirinya suatu usaha tidak menjamin keamanan pelanggan maka akan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Lokasi berdirinya Veranda Pasta House and Cafe Resto terletak di pusat keramaian kota, lalu lintasnya pun cukup lancar. Namun terkadang bila hari tertentu, Veranda Pasta House and Cafe Resto ramai

dengan pengunjung menyebabkan sedikit kemacetan karena banyak kendaraan keluar masuk resto tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka akan diteliti lebih lanjut mengenai Veranda Pasta House and Cafe Resto dengan judul penelitian **”Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Veranda Pasta House and Cafe Resto”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto ?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto ?
4. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto ?
5. Apakah ada pengaruh emosi terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menilai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto
2. Untuk menilai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto
3. Untuk menilai pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto
4. Untuk menilai pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto

5. Untuk menilai pengaruh emosi terhadap kepuasan pelanggan di Veranda Pasta House and Cafe Resto

1.3.2 Manfaat Penelitian

2. Veranda Pasta House and Cafe Resto

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan bahan rekomendasi untuk bahan perbaikan.

3. Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama menuntut ilmu di perguruan tinggi.

4. Kalangan Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan dalam memecahkan masalah bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

