

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang mengalami perkembangan. Banyak industri yang berdiri di Indonesia, salah satunya adalah industri kuliner yang terbukti dengan adanya berbagai macam Fast Food (restoran siap saji) yang berasal dari Amerika telah tumbuh dengan pesat. Fast Food ini biasanya dioperasikan dalam sistem Franchise (waralaba).

Perkembangan rumah makan dan wisata kuliner membawa dampak tinggi bagi kehidupan manusia terutama dunia bisnis saat ini. Semakin berkembangnya dunia bisnis, pastinya persaingan dalam dunia bisnis pun menjadi semakin ketat. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya usaha-usaha baru yang bermunculan khususnya di kota Tangerang. Para pelaku bisnis pun saling berlomba-lomba untuk menawarkan berbagai keunggulan dari produk yang mereka pasarkan. Fakta ini tentu mendorong perusahaan untuk terus memaksimalkan kinerja perusahaannya dan meningkatkan setiap inovasi dalam industri makanan.

Saat ini telah muncul fenomena baru dimasyarakat dimana para selebriti mulai melebarkan sayapnya pada bisnis kuliner (Siregar, 2018). Bisnis kuliner artis memang selalu menyita perhatian publik. Popularitas yang tinggi dari sang bintang layarkaca membuat apapun yang dijual mereka biasanya laris di pasaran. Salah satunya adalah bisnis kuliner ayam pedas

milik Ruben Onsu yang sering menjadi buah bibir yaitu dengan nama “Geprek Bensu” dengan cabang salah satunya di Citra Raya Tangerang.

Setiap pelaku bisnis dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan. Dengan menentukan strategi pemasaran yang tepat, hal ini dapat mendukung perusahaan untuk mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan konsumen. Dengan demikian tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan yang baik, dan kualitas produk yang baik. Di samping itu banyaknya usaha yang bermunculan baik rumah makan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar rumah makan baik sejenis maupun yang tidak sejenis. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan.

Kualitas Pelayanan Menurut Kotler(2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Menurut Goesth dan Davis

(2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk.

Menurut Kotler dalam (Roisah & Riana, 2016) menyatakan bahwa, Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Kotler (2017) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya. Menurut Ratnasari (2017) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk / jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan sangat diutamakan dalam keberhasilan perusahaan karena jika konsumen merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa akan baik di pasar. Akan tetapi usaha dalam memuaskan konsumen tidaklah mudah, oleh karena itu Geprek Benu dalam menjalankan bisnisnya harus mampu memberikan kualitas pelayanan, dan kualitas produk yang baik agar target penjualan yang sudah ditetapkan oleh Geprek Benu dapat tercapai dan terus meningkat.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Geprek Benu Cabang Citra Raya Tangerang”**

B. Batasan Masalah

Dari berbagai permasalahan yang dapat teridentifikasi pada uraian latar belakang di atas dan mengingat keterbatasan waktu penelitian dalam waktu dan tempat, maka penelitian membatasi ruang lingkup penelitian ini pada masalah – masalah berikut ini :

1. Pengaruh kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Geprek Benu Cabang Citra Raya Tangerang.
2. Tempat penelitian dilaksanakan di Ruko Melia Street, Blok X 01 No. 60-61R, Jl. Citra Raya Boulevard, Cikupa, Tangerang.
3. Penelitian ini dilakukan dari bulan November 2021 sampai dengan Februari 2022.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Geprek Benu Cabang Citra Raya Tangerang?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Geprek Benu Cabang Citra Raya Tangerang?

3. Apakah kualitas pelayanan, dan kualitas produk, secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Geprek Benu Cabang Citra Raya Tangerang ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengatahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Geprek Benu Cabang Citra Raya Tangerang.
2. Untuk Mengatahui Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Geprek Benu Cabang Citra Raya Tangerang.
3. Untuk Mengatahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Geprek Benu Cabang Citra Raya Tangerang.

E. Sistematika Penulisan

1. BAB I

PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini penulis menguraikan tentang latar belakang dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan tinjauan pustaka yang menjelaskan pengertian, kerangka berfikir dan hipotesis.

3. BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode – metode penelitian. Seperti jenis penelitian , jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian dan teknik analisis data.

4. BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang metode – metode seperti sejarah singkat objek penelitian, deskripsi data variabel, analisis hasil penelitian dan pembahasan.

5. BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran – saran sebagai pertimbangan pihak yang berkepentingan.