

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, banyak dijumpai bisnis yang berkembang di bidang usaha Minuman seperti *Coffe Shop* maupun jenis usaha yang serupa. Bisnis di bidang makanan dan minuman masih mempunyai banyak peluang dan potensi untuk berkembang luas karena banyaknya inovasi dan kreasi yang dikembangkan. Berkembangnya persaingan menjadikan semakin sulit bagi sebuah perusahaan untuk mempertahankan kesetiaan konsumennya.

Sulitnya mempertahankan kesetiaan konsumen menurut Erida (2014) dapat terjadi akibat gejolak lingkungan yang mengakibatkan pergeseran tuntutan konsumen, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih mampu beradaptasi.

Shaharudin *et al.* (2015) menjelaskan bahwa orientasi pemasaran yang menyeluruh telah berubah dari konsep produksi menjadi konsep pemasaran dan sosial. Perusahaan mengutamakan keinginan konsumennya, agar mereka memberikan respon yang baik terhadap perusahaan dalam jangka panjang. Konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli atau pengguna produk maupun jasa, namun konsumen adalah aset perusahaan yang harus dijaga kesetiannya.

Dengan kata lain produsen menemukan produk atau jasa yang tepat bagi pelanggannya bukan untuk menemukan pelanggan yang tepat bagi produk tersebut, disamping itu pencapaian kepuasan konsumen bisa didapat apabila perusahaan memperhatikan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen (Kotler, 2010).

Dalam hal ini, rumah makan sebagai salah satu bisnis yang bergerak di bidang usaha makanan dan minuman. Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi, setiap rumah makan saling berlomba untuk memperluas pasar dan mencari konsumen yang sebanyak-banyaknya. Seperti pada tabel 1.1 PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) yang menunjukkan pertumbuhan di sektor perdagangan, hotel dan restoran mengalami kenaikan rata-rata sebesar Rp 44.810.50 setiap tahunnya, dari tahun 2014 hingga 2018. Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan, hotel dan restoran memberikan kontribusi yang baik terhadap perekonomian kota Surabaya.

Tabel 1.1
PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Kabupaten Gresik 2014-2018 (Juta Rupiah)

No.	Uraian	2014	2015	2016	2017	2018
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	7 252	8 274,3	9 038,9	9 809,4	10 022,4
2	Pertambangan dan Penggalian	11 463,1	8 771,9	7 571,5	9 020,0	10 698,2
3	Industri Pengolahan	45 217,9	49 572,7	52 573,2	56 872,4	62 394,1
4	Pengadaan Listrik dan Gas	412,9	464,1	510,5	600,5	666,0
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah	56,6	62,5	69,0	76,4	81,3
6	Konstruksi	7 746,7	8 876,5	10 212,3	11 524,1	12 634,5
7	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil	10 617,7	12 183,3	13 873,1	15 305,4	16 990,6
8	Transportasi dan Pergudangan	2 062,8	2 319,5	2 544,9	2 807,8	3 095,6
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1 053,5	1 227,2	1 427,9	1 592,5	1 801,8
10	Informasi dan Komunikasi	3 221,7	3 654,7	4 116,2	4 566,0	5 004,3
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	997,5	1 139,2	1 285,9	1 385,5	1 537,6
12	Real Estate	1 037,2	1 191,2	1 328,2	1 442,9	1 663,8
13	Jasa Perusahaan	245,4	272,9	302,8	334,9	380,9

No.	Uraian	2014	2015	2016	2017	2018
14	Adm. Pemerintah, Pertahanan&Jaminan Sosial Wajib	1 078,8	1 215,9	1 366,0	1 467,6	1 638,0
15	Jasa Pendidikan	751,3	837,1	922,9	1 012,2	1 111,6
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	332,8	373,5	407,6	452,3	497,5
17	Jasa lainnya	249,7	287,1	325,7	349,6	390,6
PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO		93 797,7	100 723,8	107 876,6	118 619,2	130 608,8

Sumber : Berita Resmi Statistik BPS Kabupaten Gresik (2014-2018)

Rumah makan yang mampu bersaing dalam pasar adalah rumah makan yang dapat menyediakan produk yang berkualitas. Menurut Parasuraman, *et al*, (dalam Rambat L dan A. Hamdani, 2016), daya tanggap (*responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen dan merespons permintaan, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat kepada para konsumennya. Tingkat kesediaan atau kepedulian ini akan dilihat sampai sejauh mana pihak perusahaan berusaha dalam membantu konsumennya.

Adapun bentuknya bisa dilakukan dengan penyampaian informasi yang jelas, serta tindakan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan secara langsung. Sedangkan Kotler (2015:616) mendefinisikan daya tanggap sebagai kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat.

Nirsetyo Wahdi (2017) memberikan pandangan penelitian bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh rumah makan selaku produsen, bahwa meningkatnya penjualan juga berdasarkan pelayanan rumah makan tersebut. Menurut Malik, *et al*. (dalam Sugianto,

2015: 4) dalam penelitian yang dilakukan, memaparkan hasil yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan.

Menurut Parasuraman, *et al*, (dalam Rambat L dan A. Hamdani, 2016:182) kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. Dibandingkan dengan empat dimensi kualitas pelayanan lainnya yaitu wujud fisik, daya tanggap, jaminan dan kepastian, serta empati dimensi kehandalan sering dipersepsikan menjadi yang paling penting bagi pelanggan dari beragam industri jasa. Karena apabila konsumen merasakan bahwa keandalan suatu perusahaan jasa sangat sesuai dengan harapan, maka mereka akan bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar perusahaan melaksanakan transaksi seperti yang dijanjikan.

Menurut S.M. Irfan (2017), kualitas adalah salah satu parameter utama dalam mengukur tingkat kepuasan sebuah produk atau layanan dan akan berujung pada kinerja organisasi perusahaan. Pelanggan adalah kunci, yang memainkan peranan sangat penting dalam mengukur kualitas pelayanan. Akan tetapi untuk mengukur kualitas pelayanan cukup sulit bila dibandingkan dengan mengukur kualitas produk karena memiliki sifat yang tidak berwujud. Hal ini di jelaskan bahwa dalam penelitian S.M. Irfan (2017) menyebutkan bahwa kinerja rumah sakit umum yang berlokasi di Lahore, Pakistan tidak melakukan upaya nyata untuk melahirkan kualitas layanan

kepada pasien mereka dan tidak melakukan upaya nyata untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasiennya.

Menurut Kotler (2012), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Bila kinerja produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga dari pembelajaran tersebut konsumen akan merasa kecewa.

Apabila terjadi sebaliknya yaitu kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa amat bergairah untuk mengkonsumsi produk atau jasa itu kembali. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry (dalam Rambat L dan A. Hamdani, 2016). Metode ini menyangkut pengembangan pemahaman mengenai persepsi target *consumers* mengenai jasa yang diinginkan. Hasil penilaian persepsi kualitas jasa dari suatu organisasi tertentu kemudian dibandingkan dengan hasil perusahaan.

Pit-Stop Kopi Gold yang berada di Jalan Raya Berlian Biru, PPS - Gresik. Coffe Shop ini buka setiap hari dan memiliki jam operasional mulai pukul 11.00 hingga 23.00 WIB. Pit-Stop Kopi Gold ini sudah berkiprah sejak tahun 2017. Pit-Stop Kopi Gold Gresik menjual berbagai jenis minuman dan snack. Seiring berkembangnya zaman, Coffe Shop ini tidak hanya menjual minuman dan snack tetapi juga berbagai macam *rice bowl*.

Pit-stop Kopi Gold Gresik memiliki 5 karyawan yang dibagi menjadi empat departemen, yaitu *kitchen*, *bar*, *cashier* dan *waitress*. Saat ini, Pit-stop Kopi Gold Gresik tidak ada pelatihan awal untuk karyawan baru yang

akan bekerja di kedai kopi ini. Yang menyebabkan karyawan tidak mengetahui standar yang ditetapkan oleh kedai kopi tersebut. Berbagai macam keluhan-keluhan konsumen seperti mengenai kurang cepatnya karyawan dalam menanggapi keinginan konsumen, tanggapnya karyawan dalam menjelaskan menu dan kurangnya karyawan yang mampu memberikan solusi atas keluhan konsumen. Menurut Praptiwi dan Senda (2010: 31) karyawan diberikan pelatihan berkala dan panduan lengkap mengenai cara pelayanan konsumen yang baik, agar senantiasa dapat melayani pelanggan dengan tepat, cepat dan ramah.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*), Kehandalan (*reliability*), dan Jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Konsumen di Pit-Stop Kopi Gold Gresik.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik?
2. Apakah daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik?
3. Diantara daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.
3. Untuk mengetahui diantara daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini adalah untuk memberikan manfaat bagi banyak pihak, antara lain sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Penulis

Bagi Penulis diharapkan menjadi penambah wawasan dan ilmu tentang bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, bagaimana cara memberikan rasa puas bagi konsumen dan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan keputusan manajemen perusahaan atas sebuah solusi dari permasalahan yang timbul dan salah satu cara dalam meningkatkan pelayanan yang baik kepada konsumen di Pit Stop Kopi Gold Gresik.

1.4.3 Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

Penelitian ini mampu menjadi materi tambahan ataupun referensi yang berguna bagi perpustakaan STIE Mahardhika Surabaya dan mampu mendukung penelitian bagi mahasiswa selanjutnya.