

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Aksi jual beli dapat disebut pemasaran memiliki pengertian yaitu tindakan bisnis yang memiliki proses mulai dari merencanakan untuk pembuatan barang produksi maupun jasa yang akan ditawarkan, menentukan harga barang dan jasa, menentukan cara dalam mempromosikannya dan mendistribusikan kepada konsumen sehingga konsumen dapat merasa puas. Pada suatu perusahaan pemasaran yang baik memiliki tingkat kesuksesan yang tinggi dalam dunia bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2016:88), Pemasaran ialah progress industry memupuk jalinan erat dengan pelanggan sebagai nilai cipta bagi mereka dan mendapatkan keuntungan dari mereka sebagai balasannya. Dalam berbisnis, pelayanan dalam pemasaran juga memiliki pengaruh terhadap penjualan produk dan jasa.

Pemasaran memiliki kegiatan melayani atau pelayanan disamping kegiatan promosi yang selalu dilakukan. Di sisi lain, menurut Moenir (2015:1617), ia menjelaskan bahwa “pelayanan adalah proses memuaskan kebutuhan secara langsung melalui suatu kegiatan”. Kualitas pelayanan merupakan penentu suatu perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan usaha bisnisnya atau bahkan dapat menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi. Pelayanan dilakukan dengan tujuan untuk memuaskan konsumen.

Kepuasan adalah pemantauan hasil dirasakan memiliki perbandingan yang setidaknya sama dengan pengharapan. Menurut Kotler dan Keller (2016: 145), kepuasan bermakna rasa kesenangan, rasa frustrasi dialami dengan membandingkan perolehan kerja dari produk yang dimaksudkan suatu angan.

Kepuasan memiliki sifat yang relatif menurut persepsi dan pengharapan dari masing-masing individu konsumen. Kita dapat mengatakan bahwa konsumen puas ketika kinerja memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dan sebaliknya, konsumen frustrasi atau tidak puas ketika kinerja di bawah harapan.

Pelayanan diterapkan oleh semua perusahaan besar maupun kecil terutama tempat-tempat dapat dinikmati masyarakat atau publik. Tempat-tempat umum tersebut misalnya, rumah sakit, stasiun, Mall, tempat rekreasi, perhotelan, restoran, dll. Karena pelayanan merupakan elemen penting dalam pemasaran produk dan jasa, maka semua perusahaan akan menciptakan pelayanan terbaik secara kompetitif untuk memuaskan pelanggannya. Tjiptono Chandra (2017:182) berargumen mengendalikan manfaat untuk pemenuhan kebutuhan konsumen merupakan keunggulan dengan tinggi harapan dikatakan sebagai kualitas pelayanan. Persaingan dalam pelayanan perusahaan akan terlihat sangat ketat apabila perusahaan lain-lainnya memiliki bidang usaha homogen. Bisnis di bidang kuliner saat ini memiliki persaingan yang ketat di kota raksasa seperti di kota Pahlawan. Berdasarkan jumlah data saat dihimpun dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur pada tahun 2018 diketahui bahwa Surabaya memiliki lebih dari 1300 restaurant. Jumlah tersebut terus meningkat sejak tahun 2014.

Peningkatan jumlah restoran yang terus bertambah mengakibatkan persaingan yang ketat untuk menarik pelanggan. Persaingan yang semakin kompetitif tersebut memberikan beberapa alternatif pilihan bagi pelanggan untuk memilih restoran mana yang ingin dikunjungi. Hal tersebut membuat manajemen restoran saling berlomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada restoran masing-masing agar dapat menarik minat serta dapat memuaskan pelanggan. Pada bisnis kuliner memiliki kelas sebagai penanda kualitas restoran tersebut. Semakin tinggi kelas pada suatu restoran maka semakin baik pula fasilitas dan

pelayan restoran tersebut namun harga-harga yang di tentukan untuk menikmati fasilitas dan kualitas makanan tersebut juga tinggi. Restoran dengan kelas menengah di kota Surabaya akan berlomba dalam persaingan yang ketat agar dapat tetap eksis dalam dunia bisnis kuliner. Restoran dengan kelas menengah ke-atas juga merasakan persaingan dalam menarik pelanggan. Salah satu restoran dengan kelas menengah ke-atas yaitu Pizza Hut MERR Surabaya.

Pizza Hut MERR Surabaya merupakan salah satu restoran besar di Surabaya. Letaknya di jalan Dr. Ir. H. Soekarno Kel. Kedung Baruk Kec. Rungkut Surabaya. Pizza Hut MERR Surabaya memiliki banyak pengunjung selain karena memiliki luas bangunan yang besar, restoran ini juga memiliki fasilitas yang lengkap. Lokasi Pizza Hut MERR Surabaya dikelilingi oleh bangunan megah yang lain seperti restoran cepat saji, hotel berbintang, perusahaan-perusahaan, Mall besar, apartemen serta perumahan-perumahan elite. Lokasi tersebut mempengaruhi konsumen yang datang di Pizza Hut MERR Surabaya. Para konsumen di dominasi oleh kelas menengah ke atas dengan ekonomi yang berkecukupan.

1.2. Rumusan Masalah

Dari pekar penuturan, demikian kesimpulan bidang untuk analisa tertera ialah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya?
3. Apakah kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya?

4. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.
4. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Riset ini memberikan sebuah harapan yang bermanfaat untuk mengembangkan dan memperkaya ilmu manajemen pemasaran secara spesialisasi kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas, sebagai bahan pertimbangan dan pilihan untuk melengkapi studi pustaka.

2. Manfaat Praktis

Pada suatu hal secara praktikal, peneliti mengharapkan pengkajian ini dapat menjadi sebuah batasan kemampuan dan penerapan ilmu yang diperoleh peneliti selama melakukan pengkajiannya. Peneliti dapat menerapkan ilmu manajemen pemasaran, dengan berfokus analisis kualitas layanan, pada industri jasa makanan dan menerapkannya pada kehidupan bisnis.