

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era globalisasi, perusahaan yang berorientasi pada pelayanan jasa kepada konsumen dituntut untuk tetap mampu eksis dengan cara mendapatkan dan mempertahankan konsumen yang loyal, salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga mampu melahirkan kepuasan bagi konsumen. Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen perlu dilakukan oleh suatu perusahaan agar perusahaan mengetahui sejauhmana pelayanan yang diberikannya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen secara individu sangat sulit dicapai karena keanekaragaman keinginan konsumen, oleh karena itulah pelayanan konsumen hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan.

Persaingan yang ketat antar cafe dan restoran ini mendorong setiap cafe dan restoran untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya. Masing-masing cafe dan restoran mempunyai program yang terus diperbarui. Program tersebut dapat berbentuk layanan-layanan baru yang semakin memudahkan pelanggan, ada pula yang menawarkan program hiburan. Semua itu dimaksudkan untuk sebanyak mungkin menarik masyarakat untuk menjadi pelanggan baru, juga untuk mempertahankan supaya pelanggan lama tidak beralih ke cafe dan restoran lain. Hal ini mendorong bisnis jasa kuliner untuk

mencari cara yang mendatangkan keuntungan dengan cara mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Bisnis kuliner merupakan bisnis kuliner yang berdasarkan pada azas kualitas produk dan kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha.

Pada saat ini keberadaan cafe dan restoran umum sangat banyak, apalagi dengan ditawarkannya berbagai macam layanan di bidang kuliner, membuat persaingan cafe dan restoran menjadi semakin ketat. Kualitas jasa menjadi faktor utama cafe dan restoran untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi pelanggannya. Berbagai macam layanan jasa kuliner ditawarkan guna memenuhi kebutuhan masyarakat, agar cafe dan restoran bisa benar-benar menarik minat masyarakat untuk menjadi pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Ephraim Mettabel Indonesia di Surabaya”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), dan *empathy* ( $X_5$ ) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Ephraim Mettabel Indonesia di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), dan *empathy* ( $X_5$ ) secara parsial

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Ephraim Mettabel Indonesia di Surabaya?

3. Apakah di antara variabel kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), dan *empathy* ( $X_5$ ) ada yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan PT. Ephraim Mettabel Indonesia di Surabaya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), dan *empathy* ( $X_5$ ) terhadap kepuasan pelanggan PT. Ephraim Mettabel Indonesia di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), dan *empathy* ( $X_5$ ) terhadap kepuasan pelanggan PT. Ephraim Mettabel Indonesia di Surabaya.
3. Untuk mengetahui di antara variabel kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), dan *empathy* ( $X_5$ ) yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan PT. Ephraim Mettabel Indonesia di Surabaya.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat untuk perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi PT. Ephraim Mettabel Indonesia di Surabaya dalam upaya meningkatkan kualitas layanan agar lebih baik.

2. Manfaat untuk ilmu pengetahuan

Untuk menambah khasanah perpustakaan dan studi perbandingan sebagai landasan atau bahan informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama di masa yang akan datang.

3. Manfaat untuk Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

Untuk menambah referensi perpustakaan dan memberikan gambaran mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.