

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis jasa kuliner di Surabaya mengalami perkembangan yang sangat pesat khususnya dalam lima tahun terakhir ini, yang dapat dijumpai menjamurnya bisnis jasa kuliner mulai dari yang berskala kecil yaitu bisnis kuliner mulai dari pedagang kaki lima, seperti warung-warung dan kafe tenda, bisnis jasa kuliner berskala menengah seperti depot, rumah makan, dan café, sampai dengan bisnis jasa kuliner yang berskala besar seperti restoran yang terdapat di hotel-hotel berbintang. Berkembangnya bisnis jasa kuliner secara langsung akan memberikan alternatif yang lebih banyak bagi konsumen untuk memilih tempat makan yang sesuai dengan selera mereka, sehingga para pengelola bisnis jasa kuliner harus bersaing satu dengan yang lain untuk merebut konsumen sebanyak-banyaknya. Dengan tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat di atas, banyak pengelola restoran yang memberikan nilai tambah (*value added*) pada produk dan cara pelayanan mereka agar semakin menarik dimata konsumen dan meningkatkan pelayanan dengan cara mereka masing-masing. Hal ini berguna untuk mendapatkan ataupun meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, dengan harapan konsumen akan meningkatkan volume pembeliannya serta melakukan pembelian kembali.

Demikian juga dengan industri jasa restoran di hotel mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Menurut IGede Agus M, (2012 : 1) menyebutkan bahwa restoran adalah suatu tempat dimana tamu dapat membeli dan menikmati makanan dan minuman atau merupakan suatu seksi untuk menyiapkan makan dan minum bagi tamu yang memerlukannya. Dan menurut Marsum (2010 : 7) restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman

Persaingan industri restoran semakin ketat. Tingginya peluang bisnis di bidang restoran tersebut merupakan tantangan bagi restoran yang telah beroperasi terlebih dahulu, karena selain menghadapi persaingan dengan sesama restoran yang telah ada juga harus menghadapi pesaing yang berasal dari pendatang baru. Peningkatan jumlah restoran menurut data Apkrindo (Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran) wilayah Jawa Timur menyebutkan bahwa terdapat lebih dari 2,000 restoran yang tersebar di Surabaya, dengan rata-rata pertumbuhan 20% pertahunnya (Bappeda Jatim, 2012). Ekonomi Jawa Timur pada triwulan I tahun 2014 tumbuh sebesar 6,40% , salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan yang tinggi adalah restoran dan hotel sebesar 6,79% (BPS Jawa Timur, 2014)

Restoran dengan kualitas layanan yang baik diharapkan akan mampu memberi kepuasan kepada tamu sehingga diharapkan akan lebih banyak menarik

tamu/pengunjung untuk melakukan pembelian. Kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan konsumen (Zeithaml *et al*, 1996).Kepuasan konsumen terhadap suatu restoran salah satunya dipengaruhi oleh kualitas layanan.Karena Restoran tidak hanya menyediakan produk tetapi juga menyediakan jasa secara bersamaan (*hibrida*).Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan pembelian suatu produk.Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang bagus akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk, 2004). Keputusan manajemen melakukan perbaikan layanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti keluhan-keluhan tamu dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya akan mengikat tamu untuk datang kembali. Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Sebuah riset yang dilakukan oleh J.D Power, pada tahun 2004 perusahaan spesialis pengukur kepuasan pelanggan, membuktikan bahwa perusahaan yang berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dalam jangka waktu lima tahun (1999 – 2004) mengalami kenaikan nilai bagi pemegang sahamnya sebesar 52%. Sebaliknya perusahaan yang mengalami penurunan nilai kepuasan, pemegang sahamnya juga mengalami penurunan nilai sebesar 28%.Riset *ClaesFornell* juga membuktikan dimasa krisis 2008, saham perusahaan dengan indeks kepuasan Pelanggan Amerika

(*American Customer Satisfaction Index/ACSI*) yang baik, hanya menurun 33%, sedangkan perusahaan dengan indeks yang buruk menurun 55%. Jadi kepuasan konsumen bukan saja berharga dimasa ekonomi baik, tetapi juga disaat ekonomi buruk (Power 2004 dalam Lestari, 2009).

Kepuasan pelanggan merupakan konstruk *independent* dan dipengaruhi oleh kualitas layanan (Felita Sasongko, dkk 2013; Dwi Aryani, 2010). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*), apabila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan puas dan jika kinerja melampaui harapan maka pelanggan akan sangat puas (Kotler, 2009 : 138).

Dari beberapa penelitian menyebutkan bahwa minat pembelian ulang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan (Hume *et al*, 2010; Abdul Samad, 2014). Pelanggan yang puas pada dasarnya adalah evaluasi dari pelanggan tentang apa yang telah diterima sesuai dengan yang diharapkan. Minat pembelian berulang merupakan hasil dan komitmen pelanggan untuk menggunakan atau membeli kembali produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Akbar, 2009). Sehingga minat pembelian ulang sangat penting bagi sebuah organisasi karena *cost of maintaining* pelanggan yang sudah ada lebih sedikit dari pada mencari pelanggan yang baru dan membuatnya menjadi loyal (Yuen, 2010).

Berbagai penelitian telah banyak dilakukan untuk mengetahui dimensi kualitas jasa apa yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan jasa. Diantaranya adalah yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988), dalam penelitian ini dilakukan dengan mengembangkan 22 item pertanyaan dan kemudian didapatkan lima dimensi kualitas jasa yang meliputi bukti langsung (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Penelitian lain dilakukan oleh Sasongko dan Subagio (2013) yang menghasilkan bahwa kelima variabel kualitas layanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ayam penyet Ria Surabaya.

Restoran yang kini sedang bersaing dengan restoran lainnya adalah Kartini restoran yang merupakan salah satu outlet dari Surabaya Plaza Hotel yang berada di samping lobby area, restoran ini beroperasi selama 24 jam dengan menyediakan menu Asia (*Asian Food*). Jam Operationalnya dibagi menjadi *breakfast* yang dimulai pukul 06.00 – 10.00 kemudian langsung dilanjutkan menjadi restoran umum selama 24 jam. Kartini restoran memiliki 98 kursi dan bila dimodifikasi bisa menjadi 150 orang (*semi standing*) sesuai dengan permintaan tamu. Sementara itu target marketnya adalah tamu-tamu hotel yang menginap, komunitas-komunitas yang ada seperti arisan *Berry*, *Diving Club* dll. serta anak muda yang mencari *dining experience* baru.

Tabel 1 di bawah ini memperlihatkan bahwa semakin tahun pengunjung yang datang (*cover*) ke Kartini Restoran semakin menurun, menurunnya jumlah pengunjung juga disertai menurunnya pendapatan. Fenomena ini bisa terjadi menurut peneliti disebabkan menurunnya kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel, sehingga berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan yang berakibat pelanggan enggan melakukan pembelian ulang.

Tabel. 1. Kartini Restoran *Revenue*, *Cover* dan *Average Check*

Tahun	Revenue	Cover	Average Check
2009	4,670,506,810	88,778	51,538
2010	6,441,483,211	135,194	46,081
2011	7,625,256,089	156,917	47,743
2012	6,802,786,007	139,901	47,233
2013	5,668,156,733	131,353	43,152

Sumber ;Surabaya Plaza Hotel Data

Untuk itu Kartini Restoran harus berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga akan tercipta kepuasan pelanggan yang berdampak pada minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Dengan berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan terhadap kepuasan

pelanggan dan bagaimana pengaruhnya terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan di Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap minat pembelian ulang di Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang di Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap minat pembelian ulang dengan variabel kepuasan pelanggan sebagai mediasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Kartini Surabaya Plaza Hotel

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang di Restoran Kartini Surabaya Plaza Hotel
3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan dapat mempengaruhi minat pembelian ulang pelanggan di Restoran Kartini Surabaya Plaza Hotel
4. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan dapat mempengaruhi minat pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan di Restoran Kartini Surabaya Plaza Hotel

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan dan pengembangan ilmu manajemen pemasaran terutama mengenai kualitas jasa pelayanan pada karyawan restoran, pengunjung restoran, serta kepuasan pelanggan. Disamping itu juga sebagai latihan untuk menerapkan pembelajaran dari literature yang ada.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi bagi penelitian berikutnya yang mengambil topic yang berkaitan dengan kualitas jasa dan kepuasan konsumen sebagai bahan penelitian

3. Bagi Restoran

Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kualitas jasa apa saja yang diharapkan oleh pelanggan sehingga pihak manajemen restoran mengetahui strategi apa yang harus dilakukan untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang diharapkan akan meningkatkan volume penjualan.

4. Bagi STIE Perbanas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan literatur dibidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran dalam hal ini mengenai kualitas jasa dan kepuasan pelanggan

1.5 Sistematika Penulisan Tesis

Sistematika penulisan proposal secara umum merujuk pada pedoman penulisan dan penilaian Tesis STIE Perbanas Surabaya. Adapun sistematikanya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan proposal tesis

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori dan kerangka pemikiran yang berkaitan dengan obyek permasalahan yang mendukung penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrument penelitian, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian serta teknik analisa data

. BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini menguraikan tentang hasil analisa data dan pembahasannya yang ditunjang dengan teori yang ada

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan analisa data, saran-saran juga ditulis untuk peneliti selanjutnya, saran-saran diberikan juga kepada manajemen Kartini Restoran untuk perbaikan ke depannya.

