

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Usaha di bidang kuliner seperti rumah makan merupakan salah satu usaha yang semakin menjanjikan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Yogyakarta sebagaimana diketahui merupakan kota yang sudah lama dikenal sebagai kota pelajar. Karena besarnya jumlah pelajar dan mahasiswa tentunya kebutuhan akan makanan sangat tinggi, sehingga banyak sekali usaha makanan yang muncul dengan berbagai konsep, diantaranya rumah makan cepat saji, rumah makan lesehan, rumah makan pemancingan dan sebagainya. Salah satu konsep rumah makan yang berkembang dan banyak digemari saat ini adalah rumah makan cepat saji. Salah satunya rumah makan tersebut adalah rumah makan Yogya Chicken, yang saat ini telah berkembang pesat dan memiliki banyak cabang di Yogyakarta dan luar Yogyakarta ([Yogya Chicken.blogspot.co.id](http://YogyaChicken.blogspot.co.id)).

Secara umum, khususnya di dunia bisnis, kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, karena perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapat pangsa pasar yang lebih luas dengan menciptakan kepuasan. Karena bagi perusahaan, salah satu faktor penentu kesuksesan perusahaan adalah menciptakan kepuasan. Terciptanya konsumen yang puas tidak lepas dari faktor yang mempengaruhinya yaitu kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin besar kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen.

Kualitas pelayanan adalah salah satu unsur penting dalam organisasi. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja organisasi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mendapat perhatian yang serius dari manajemen organisasi. Penetapan kualitas pelayanan yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi menjadi hal yang harus dilakukan terlebih dahulu, sehingga organisasi tersebut mempunyai tujuan yang jelas.

Berbagai definisi diberikan para ahli terhadap kualitas pelayanan. Parasuraman *et al.*, (1988) dalam Tjiptono (1996) mengartikan kualitas sebagai suatu bentuk sikap, berhubungan namun tidak sama dengan kepuasan, yang merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja aktual. Namun kualitas pelayanan dan kepuasan dibentuk dari hal yang berbeda. Selanjutnya disebutkan bahwa pengertian yang paling umum dari perbedaan kualitas pelayanan dan kepuasan adalah bahwa kualitas pelayanan merupakan satu bentuk sikap, penilaian dilakukan dalam waktu lama, sementara kepuasan merupakan ukuran dari transaksi yang spesifik. Perbedaan antara kualitas pelayanan dan kepuasan mengarah pada cara diskonfirmasi yang dioperasionalkan. Dalam mengukur kualitas pelayanan yang dibandingkan adalah apa yang seharusnya didapatkan, sementara dalam mengukur kepuasan yang diperbandingkan adalah apa yang pelanggan mungkin dapatkan (Parasuraman *et al.*, 1998) dalam Tjiptono (1996).

Berdasarkan pendapat tentang kualitas pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa definisi kualitas pelayanan secara umum adalah bahwa kualitas harus

memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka. Namun demikian meskipun definisi ini berorientasi pada konsumen, tidak berarti bahwa dalam menentukan kualitas pelayanan penyedia jasa harus menuruti semua keinginan konsumen. Artinya, dalam menetapkan kualitas pelayanan, perusahaan harus mempertimbangkan selain untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan, juga tersedianya sumberdaya dalam perusahaan.

Banyak penelitian yang telah dilakukan oleh para ahli dalam upaya untuk menemukan definisi penilaian kualitas. Parasuraman *et al.*, (1985) dalam Tjiptono (1996) mendefinisikan penilaian kualitas pelayanan sebagai pertimbangan global atau sikap yang berhubungan dengan keunggulan (*superiority*) dari suatu pelayanan (jasa). Penilaian kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai sikap individu secara umum terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian Suhadarliya (2008) yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Akademi Sekretari dan Manajemen LEPISI. Penelitian ini menggunakan penilaian kualitas pelayanan yang didasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen khususnya di rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta. Yogya Chicken merupakan rumah makan

yang cukup terkenal di Yogyakarta. Peneliti mengambil Yogya Chicken sebagai obyek penelitian karena saat ini Yogya Chicken telah berkembang sangat pesat sebagai rumah makan cepat saji yang memiliki beberapa cabang di Yogyakarta dan luar daerah diantaranya adalah Jl. Affandi (Gejayan) Pelemkecut No.36B Yogyakarta, Jl.Tamansiswa No.152, Jl. Sisingamangaraja 82 Karang Kajen, Jl.Ibu Ruswo No. 86 Yogyakarta, Jl. Bantul No. 24, Jl. Wates KM. 2 Yogyakarta, Jl.MH.Tamrin, Manahan Solo No.11, Jl.Riyanto Sumampir No.39 Purwokerto, Jl. Kartini No.53 Sidoarjo dan Jl. Cemara Raya, No.14 Salatiga (Yogya Chicken.blogspot.co.id). Atas pertimbangan tersebut peneliti ingin mengetahui peran kualitas pelayanan Yogya Chicken sebagai rumah makan cepat saji dalam membentuk kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengambil judul tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Yogya Chicken.**

## **B. Rumusan Masalah**

Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya agar mereka merasa puas terhadap pelayanan yang mereka rasakan dan mereka mau menjadi pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2004). Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam konteks rumah makan, kepuasan menjadi keharusan bagi perusahaan untuk selalu diberikan kepada konsumen. Karena memiliki konsumen

yang puas merupakan keuntungan bagi perusahaan. Terciptanya kepuasan konsumen tidak lepas dari pemberian kualitas pelayanan prima yang diberikan secara terus menerus kepada konsumen. Berdasarkan uraian masalah di atas peneliti mengaplikasikan konsep pengukuran kualitas pelayanan dengan pendekatan metode *servqual* yang terdiri dari lima dimensi yaitu *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* (Parasuraman *et al.*, 1988 dalam Suhadarliya, 2008), maka peneliti mengemukakan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah *Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
6. Apakah *Emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* terhadap kepuasan konsumen.

2. Menguji pengaruh *Tangibles* terhadap kepuasan konsumen.
3. Menguji pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan konsumen.
4. Menguji pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan konsumen.
5. Menguji pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan konsumen.
6. Menguji pengaruh *Empathy* terhadap kepuasan konsumen.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Dalam bidang praktik

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan/informasi bagi pihak perusahaan yang diteliti, dan selanjutnya dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan manajemen untuk mencapai perusahaan yang lebih berkualitas.

2. Dalam bidang teori

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi sebagai tambahan atau pengembangan ilmu terhadap teori yang sedang dikaji peneliti, yaitu teori mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pada rumah makan.