

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bidang usaha rumah makan merupakan salah satu bidang usaha yang masih bisa bertahan bahkan berkembang di dalam kondisi perekonomian Indonesia yang tidak menentu. Bisnis rumah makan merupakan pilihan yang tepat di tengah situasi perekonomian dan perkembangan jumlah penduduk. Alasan mendasar bagi pengusaha rumah makan adalah “orang perlu makan untuk hidup” sehingga hal tersebut menjadikan alasan mengapa harus mengembangkan bisnis rumah makan. Tidak hanya itu bisnis rumah makan juga memiliki prospek yang bagus di masa yang akan datang.

Seiring dengan berkembangnya bisnis rumah makan dan jumlah competitor yang semakin banyak mengharuskan para pengusaha rumah makan cepat dan tanggap untuk menghadapi persaingan yang ada dengan menciptakan pelayanan yang baik, harga yang terjangkau serta menjaga kepercayaan konsumen.

Kotler 2002, (dalam Presetio:2012) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan., konsumen

memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya Margaretha, 2004 (dalam Prasetio :2012).

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Ini berarti setiap perusahaan diharapkan dapat memberikan kepuasan konsumen yang beraneka ragam kepentingan atau kepercayaan serta sifat dan karakternya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, antara lain hubungan antar perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik tidak hanya bagi konsumen itu sendiri tetapi meluas sebagai publikasi kepada teman, kerabat, maupun kepada pihak lainnya.

Tujuan utama memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen ,sehingga menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri. Usaha kuliner merupakan suatu usaha yang menawarkan pelayanan jasa oleh sebab itu manajemen usaha kuliner ini harus mengetahui kebutuhan dan keinginan yang mampu menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Untuk tetap bertahan didunia bisnis maka sebuah perusahaan harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat. Langkah penting untuk menempatkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya harus dapat menyediakan jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan

menyampaikannya dalam mengimbangi harapan konsumen Tjiptono, 2007 (dalam Prasetio:2012)

Dalam tehnik layanan jasa, banyak juga para pengunjung yang suka membanding- bandingkan harga dengan kompetitor lain seperti memilih layanan jasa yang harga dasarnya murah, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau berbagai alasan lainnya.maka dari itu harga juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kotler 2002 (dalam Prasetio:2012) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan profitabilitas perusahaan.Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan konsumen dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Harga terjangkau dan kualitas layanan yang baik akan menjadi pilihan para konsumen dalam menikmati makan.

Tidak hanya harga, pengusaha juga harus menjaga kepercayaan konsumen, bahwa makanan yang di jual bersih dan sehat tidak mengandung zat yang berbahaya serta halal. Kepercayaan merupakan hasil dari sebuah keyakinan bahwa pihak yang terlibat dengan pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, kejujuran dan tanggung jawab.

Dalam Riset Cotabile (1998) kepercayaan atau *trust* di definisikan sebagai persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen di dasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan (Ferrinadevi, 2008:147).

Rumah makan "Wong Solo". Letaknya yang sangat strategis menjadikan Ayam Bakar Wong Solo memiliki konsumen yang banyak. Hal itu bisa dilihat dari banyaknya pengunjung yang datang setiap harinya, sebagian konsumen para pegawai Petrokimia yang sedang makan siang. Pelayanan pegawai yang ramah, sopan serta cepat dalam melayani pesanan konsumen menjadi nilai lebih agar konsumen merasa nyaman dan puas. Harga yang ditawarkan Ayam Bakar Wong Solo juga terjangkau, konsumen bisa memesan menu yang variatif.

Tabel 1.1
Harga Menu Nasi Kotak

No.	Menu Makanan	Kelengkapan Menu	Harga
1	Ayam Bakar	Nasi, tahu, balado terong, oseng tempe, lalap sambel	Rp17.000
2	Ayam Goreng	Nasi, tahu, balado terong, oseng tempe, lalap sambel	Rp15.000
3	Ayam Penyet	Nasi, tahu, balado terong, oseng tempe, lalap sambel	Rp18.000
4	Bebek Goreng	Nasi, tahu, balado terong, oseng tempe, lalap sambel	Rp21.000
5	Empal Gepuk	Nasi, tahu, balado terong, oseng tempe, lalap sambel	Rp20.000
6	Fried Chicken	Nasi, tahu, balado terong, oseng tempe, lalap sambel	Rp19.000
7	Gurami Bakar Goreng	Nasi, tahu, balado terong, oseng tempe, lalap sambel	Rp23.000
8	Pecel Lele	Nasi, tahu, balado terong, oseng tempe, lalap sambel	Rp16.000

Sumber Wong Solo (31-01-2013)

Tabel 1.2
Harga Menu Makanan

No.	Menu Makanan	Harga
1	Cah Kangkung	Rp 7.000
2	Balado Terong	Rp 7.000
3	Balado Pete/Penyet	Rp 13.000/7.000
4	Oseng tempe Lombok ijo	RP 7.000
5	Oseng teri Lombok ijo	Rp 12.000
6	Oseng-oseng kikiril	Rp 15.000
7	Cah brokoli	Rp 15.000
8	Cap cay	Rp 18.000
9	Tahu tempe penyet	Rp 7.000
10	Cumi/ udang tepung	Rp 22.000
11	Balado cumi/udang	Rp 22.000
12	Cumi/ udang asam manis	Rp 27.000
13	Gurami Bakar Goreng	Rp 34.000
14	Gurami Asam manis	Rp 39.000
15	Tahu tempe goreng	Rp 6.000
16	Bebek 1 potong	Rp 15.000
17	Bebek ½ ekor	Rp 30.000
18	Bebek 1 ekor	Rp 60.000
19	Ayam 1 potong	Rp 12.000
20	Ayam ½ ekor	Rp 24.000
21	Ayam 1 ekor	Rp 48.000
22	Empal Gepuk	Rp 15.000
23	Nasi Goreng	Rp 14.000
24	Mie goreng/mie godok	Rp 13.000
25	1 porsi nasih putih	Rp 3.500
26	1 bakul nasi putih	Rp 21.000

Sumber Wong Solo (31-01-2013)

Tabel 1.3
Harga Menu Minuman

No.	Menu Minuman	Harga
1	The tawari	Rp2500
2	The manis panas/dingin	Rp3500
3	Mineral	Rp1000
4	Mineral botol	Rp3500
5	Sosro/fruit/the	Rp3500
6	Kopi	Rp5000
7	Kopi susu	Rp6000

8	Es degan	Rp6000
9	Es jeruk	Rp7000
10	Lemon tea	Rp7000
11	Juz papaya	Rp7000
12	Juz belimbing	Rp7000
13	Juz melon	Rp7000
14	Juz semangka	Rp7000
15	Juz tomat	Rp 7000
16	Juz jambu	Rp8000
17	Juz mangga	Rp8000
18	Juz apukat	Rp8000
19	Juz sirsak	Rp8000
20	Es blewa	Rp7000
21	Es campur	Rp10000
22	Soda gembira	Rp9000
23	Juz poligami	Rp9000
24	Juz wong solo	Rp9000
25	Teh tarik	Rp9000
26	Orange milkshake	Rp8000
27	Strawberry milkshake	Rp8000
28	Melon milkshake	Rp8000
29	Rose milkshake	Rp8000

Sumber Wong Solo (31-01-2013)

Rumah makan Ayam Bakar Wong Solo telah membuka beberapa cabang di kota-kota besar di seluruh Indonesia dan mempunyai 39 outlet dan 1 outlet yang berada di luar Indonesia yaitu Malaysia. Dari beberapa cabang rumah makan Ayam Bakar Wong Solo, Gresik adalah cabang yang ke 10 sesudah kota Bali (www.wongsolo.com). Dari latar belakang diatas maka penelitian yang dilakukan berjudul. **“Analisis Kualitas Layanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kecamatan Gresik”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Bakar Wong Solo Gresik?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Bakar Wong Solo Gresik?
3. Apakah ada pengaruh secara parsial kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Bakar Wong Solo Gresik?
4. Apakah ada pengaruh kualitas layanan, harga dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Bakar Wong Solo Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Bakar Wong Solo Gresik
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Bakar Wong Solo Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Bakar Wong Solo Gresik.
4. Apakah ada pengaruh kualitas layanan, harga, kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Bakar Wong Solo Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai masukan dan pertimbangan bagi pihak Ayam Bakar Wong Solo Kecamatan Gresik dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.
2. Sebagai bahan masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap masalah kepuasan konsumen.
3. Sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi mahasiswa serta masyarakat umum.