

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Walaupun umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga rumah makan yang menyediakan layanan take-out dining dan delivery service untuk melayani konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya, misalnya rumah makan chinese food, rumah makan Padang, rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*) dan sebagainya.

Rumah makan di Indonesia disebut juga sebagai restoran. Restoran merupakan kata resapan yang berasal dari bahasa Perancis yang diadaptasi oleh bahasa Inggris; "restaurant" yang berasal dari kata "restaurer" yang berarti "memulihkan". Keberadaan Rumah Makan mulai dikenal sejak abad ke-9 di daerah Timur Tengah sebelum muncul di Cina. Dalam dunia Islam di abad pertengahan, terdapat "rumah makan dimana seorang dapat membeli seluruh jenis makanan yang disediakan". Rumah makan seperti ini disebutkan oleh Al-Muqaddasiah

seorang ahli geografi kelahiran tahun 945 masehi yang tinggal di timur tengah pada akhir abad ke 10.

Apabila kita mencermati pertumbuhan bisnis rumah makan baik di kota-kota besar di Indonesia, sungguh sangat signifikan kenaikan jumlahnya, begitu banyak orang membuka investasi rumah makan. Berbagai variasi menu dan jenis etnik yang ditawarkan, aneka ragam interior design yang ditampilkan, hal ini yang sangat membanggakan perkembangan bisnis ini. Untuk tetap menjaga kualitas masakan para pengelola rumah makan Padang juga mempertahankan keaslian rasa masakan Minang dengan menggunakan juru masak yang berasal dari Sumatera Barat. Atau setidaknya mereka meminta bantuan orang dari Sumatera Barat untuk menjaga kualitas dan cita rasa masakan. Standar menu masakan atau kunci resep masakan juga hal yang perlu diperhatikan agar kualitas rasa tetap terjaga. Masakan Padang yang identik dengan bumbu yang pekat dan bumbu rempah-rempah yang komplit membuat cita rasa masakan Padang berbeda dengan masakan lain. Disisi lain masih sangat banyak para pengelola rumah makan yang mengabaikan aspek penting dalam bisnis ini yaitu Kualitas Sumber Daya Manusia dalam memberikan pelayanan yang terbaik, baik di bagian pelayanan (*service*) maupun dibagian pengolahan masih banyak dari mereka yang tidak mendalami akan penting menjaga kualitas makanan/minuman dan pelayanan di rumah makan yang dikelolanya demi memuaskan konsumennya.

Kepuasan pelanggan adalah sebagai perasaan suka/tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya (Kotler, 2005:36). (Irawan, 2002:2) menyatakan bahwa pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun konsumen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi.

Membangun kepuasan pelanggan tidak dapat begitu saja diraih, tetapi memerlukan proses panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen guna menyakinkan konsumen untuk setia pada produk atau jasa yang kita tawarkan. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam mencapai kualitas pelayanan yang optimal, orientasi dunia pemasaran (*marketing*) telah mengalami perubahan dari *produk oriented* kepada *customer satisfied oriented*. Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau memiliki harapan dengan lima dimensi utama yakni kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangibles*) Tjiptono (2005:273).

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS MASAKAN DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI PONOROGO”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, masalah yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah “faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Rumah Makan Padang Citra Sari ?” dari masalah tersebut dirumuskan pertanyaan- pertanyaan sebagai berikut :

- a. Apakah Kualitas Masakan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI?
- b. Apakah kualitas masakan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI?
- d. Dari variabel-variabel tersebut, variable manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI?

1.3. Batasan Masalah

Mengingat permasalahan yang ada sangatlah luas dan supaya penelitian lebih terarah maka penulis melakukan pembatasan masalah.

Batasan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Hubungan antara kualitas masakan dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI.
2. Permasalahan yang dibahas berhubungan dengan perilaku konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI.
3. Yang menjadi obyek peneliti yaitu orang/konsumen yang membeli minimal 2 kali pembelian di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Apakah keduanya antara kualitas masakan dan Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI
2. Pengaruh kualitas masakan terhadap kepuasan konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI
4. Variabel yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di RUMAH MAKAN PADANG CITRA SARI

1.4.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis,
 - a. sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian- penelitian selanjutnya mengenai kepuasan konsumen dalam pembelian.

2. Kegunaan Praktisi,

Sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran mengenai kualitas masakan dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.