

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman saat ini semakin banyak usaha kuliner yang merambah di masyarakat hal ini menjadi persaingan baru untuk para pengusaha kuliner karena masyarakat saat ini yang gemar membeli makanan diluar dari pada dirumah. Dengan begitu menjadi peluang baru bagi para pengusaha kuliner di Magetan maka banyak perusahaan kuliner yang berlomba lomba untuk mendapatkan konsumen dengan cara memenuhi kebutuhan konsumen. Pengusaha bisnis kuliner harus memikirkan strategi yang tepat untuk dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan usaha yang dimilikinya.

Kuliner sangat diminati oleh setiap orang, karena merupakan kebutuhan pokok dan sumber kehidupan bagi setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Selain menguntungkan bisnis kuliner bagi pelaku bisnis, dapat juga mengubah pola hidup masyarakat yang akan terbiasa dengan makan diluar rumah, karena selain efisien dapat juga dijadikan sebagai sarana refreshing bersama keluarga atau teman-teman. Pada bidang kuliner kepuasan konsumen merupakan menjadi faktor penentu keberhasilan suatu restoran. Mempunyai sifat yang dinamis kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang unik. Terhadap suatu barang atau jasa dari waktu ke waktu tingkat kepuasan seseorang selalu berubah-ubah. Kebutuhan, keinginan dan harapan tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya, demikian juga dengan tingkat kepuasan pelanggan selalu

berbeda-beda, tergantung dari kondisi eksternal dan internal yang melekat pada pelanggan itu sendiri.

Pelanggan tidak sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya pelanggan akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan penuh perhatian dan dipandang penting sehingga akan timbul kepuasan dalam membeli barang / jasa dan menjadi loyal pada perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari *food quality* yang ditawarkan saja tapi juga *service quality* yang diberikan dan *service recovery* yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri.

Kualitas dapat diartikan sebagai derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Ada lima dimensi kualitas pelayanan jasa menurut Tjiptono & Chandra, 2011 (dalam Arianty, 2016). Kualitas pelayanan yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*, dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi ini yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan di suatu perusahaan.

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang di dapatkan oleh konsumen sehingga konsumen dapat memberikan penilaian tentang pelayanan yang mereka dapatkan di suatu rumah makan. Bagi para pengusaha restoran ataupun rumah makan kunci yang kompetitif adalah dapat menyesuaikan dan memenuhi bahkan melebihi mutu yang di inginkan oleh konsumen, apabila suatu pelayanan yang di berikan itu baik dan sesuai

harapan, maka konsumen akan memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan di rumah makan tersebut.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan (Lupiyoadi, 2014). Perusahaan jasa juga mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, meningkatkan efektivitas iklan, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Di dalam bisnis kuliner *food quality* menjadi faktor penentu restoran untuk menciptakan kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian suatu produk. Kualitas dalam hal rasa porsi, cita rasa yang khas adalah kemampuan *food quality* untuk melaksanakan berbagai fungsi. *Food quality* mendeskripsikan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan (Kotler&Amstrong, 2010).

Faktor utama dalam penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi suatu pelanggan terhadap kualitas jasa. Manfaat bagi perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yaitu akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran. Bila perusahaan meningkatkan kualitas atribut produk dan pelayanan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Meningkatnya kepuasan konsumen diharapkan dapat meningkatkan upaya mempertahankan kepuasan konsumen.

Service Quality yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan

loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler, 2012).

Komitmen yang dilakukan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan bukan hanya berasal dari janji-janji terhadap yang diberikan kepada pelanggan, namun juga dari bagaimana tanggapan perusahaan pada saat terjadi sesuatu yang salah kepada pelanggan. *Service recovery* yang efektif adalah serangkaian tahapan atau prosedur yang dapat membantu memecahkan permasalahan dan menangani pelanggan yang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Strategi *service recovery* sangat penting dimiliki perusahaan untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pemulihan pelayanan atau *service recovery* merupakan keputusan yang diambil oleh perusahaan sebagai reaksi terhadap terjadinya kegagalan layanan dengan tujuan untuk mengubah ketidakpuasan menjadi kepuasan dan akhirnya perusahaan mampu mempertahankan pelanggan tersebut (Sahjadi dan Bohrer, 2017). Sedangkan menurut (Sciarelli Et Al. (2017), juga mendefinisikan pemulihan pelayanan suatu hasil pemikiran, rencana, dan proses untuk menebus kekecewaan pelanggan menjadi puas terhadap organisasi setelah pelayanan yang diberikan mengalami masalah (kegagalan). *Service recovery* memainkan peranan penting untuk mencapai atau mengembalikan kepuasan pelanggan.

Pemulihan layanan didefinisikan sebagai tindakan spesifik yang perlu dilakukan oleh organisasi untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan solusi setelah terjadi kegagalan pelayanan yang menyebabkan mereka kecewa

atau tidak puas. Pemulihan layanan dilakukan untuk mengimbangi reaksi negatif pelanggan terhadap kegagalan layanan (Situmorang & Mulyono, 2019).

Adanya kesesuaian antara *service quality*, *product quality* dan *service recovery* dapat membuat kepuasan bagi pelanggan. Dengan meningkatkan mutu yang lebih baik diharapkan pelanggan akan merasa puas dan dengan begitu pelanggan tidak meninggalkan produk/jasa tersebut dikemudian hari, sehingga akan menguntungkan perusahaan.

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen Geprek Assalam 99 yang beralamatkan Jl. Raya Sarangan no. 360 Plaosan, Depan Puskesmas Plaosan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur. Alasan pemilihan objek penelitian ini adalah karena Geprek Assalam 99 merupakan salah satu kedai ayam geprek yang memiliki banyak konsumen dibandingkan dengan kedai ayam geprek lainnya dan memiliki 2 cabang di kota Magetan. Konsumen lebih menyukai ayam geprek di Geprek Assalam 99 karena memiliki berbagai pilihan sambal yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Banyaknya macam-macam kuliner yang disajikan dan semakin berkembangnya jumlah kedai yang menyajikan kuliner di Magetan dari berskala kecil seperti angkringan dan warung-warung, usaha kuliner menengah seperti cafe sampai dengan skala besar seperti restoran. Contoh restoran seperti *Laziza*, *Rocket Chicken* adalah pesaing dari Geprek Assalam 99 hal ini menjadikan daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian tentang bisnis usaha kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner yaitu restoran. Upaya pun juga dilakukan oleh Geprek Assalam 99 dari segi kualitas

rasa makanan dan penyajian tak kalah penting juga Geprek Assalam 99 senantiasa memberikan pelayanan cepat tanggap kepada para konsumen untuk mewujudkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil observasi yang saya lakukan terhadap beberapa pelanggan yang pernah mengunjungi Geprek Assalam 99 bahwa pelanggan merasa masih ada beberapa yang berpendapat bahwa rasa makanan yang disajikan terkadang masih berubah-ubah tidak bisa konsisten untuk jenis yang sama. Masih ada beberapa pelanggan yang berpendapat bahwa pelayanannya kurang ramah, pelayanannya lama sehingga bisa membuang waktu banyak bagi konsumen dan konsumen sendiri yang harus mengambil pesannya sendiri alias tidak diantar oleh karyawan, kurang komunikasi antara pegawai terhadap konsumen sehingga terjadinya kesalahan dalam pemesanan dan pesanan yang di berikan.

Geprek Assalam 99 Magetan berusaha untuk memperbaiki dan mempertahankan *food quality*, *service quality* dan memaksimalkan *service recovery* terhadap konsumen. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk meneliti kepuasan pelanggan geprek assalam 99 dan untuk mengevaluasi betapa pentingnya *food quality*, *service quality*, dan *service recovery* dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup Geprek Assalam 99 maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *FOOD QUALITY*, *SERVICE QUALITY* DAN *SERVICE RECOVERY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GEPREK ASSALAM 99 PLAOSAN MAGETAN”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Food Quality* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Geprek Assalam 99 Plaosan Magetan ?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Geprek Assalam 99 Plaosan Magetan ?
3. Apakah *Service Recovery* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Geprek Assalam 99 Plaosan Magetan

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* secara parsial terhadap kepuasan konsumen Geprek Assalam 99 Plaosan Magetan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* secara parsial terhadap kepuasan konsumen Geprek Assalam 99 Plaosan Magetan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Service Recovery* secara parsial terhadap kepuasan konsumen Geprek Assalam 99 Plaosan Magetan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap berbagai pihak yang menggunakan hasil penelitian ini :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan guna meningkatkan kepuasan kerja karyawan di Geprek Assalam 99 Plaosan Magetan.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti penelitian ini merupakan suatu sarana latihan kemampuan ilmiah mahasiswa mahasiswa, sekaligus sebagai suatu harapan ilmu pengetahuan yang diterima dibangku kuliah dan kemudian di aktualisasikan dalam kegiatan lapangan termasuk dalam penelitian dan penyusunan laporan penelitian.

3. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan dan sebagai literature terutama dalam pembahasan tentang pengaruh *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Service Recovey* Terhadap Kepuasan Konsumen Geprek Assalam 99 Plaosan Magetan.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.