

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam usaha bidang perdagangan yang sangat menjanjikan bagi penjual, kunci untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan adalah kualitas. Karena hanya yang mampu menghasilkan barang dan jasa berkualitas, mampu dapat memenangkan persaingan global. Setiap perusahaan itu hidup dari pelanggan. Karena itu pelanggan merupakan satu-satunya alasan bagi sebuah perusahaan. Dengan demikian kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas setiap perusahaan. Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang berkomitmen terhadap kepuasan pelanggan.

Maka kunci utama perusahaan untuk memenangkan sebuah persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Persaingan yang sangat ketat, menuntut sebuah perusahaan yang menyediakan jasa/layanan untuk memanjakan para pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan.

Konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang menerima nilai tambah yang paling lebih bagi perusahaan. Memuaskan konsumen tidak hanya berarti memberikan tambahan produk atau jasa, pelayanan atau sistem. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya usaha tersebut. Salah satu restoran di Palembang yang tengah berada pada persaingan di bidang usaha makanan khas daerah terutama pada penjualan pempek yaitu Pempek LALA. Yang beralamatkan di Jalan Muhajidin No. 23. 26 Ilir , Talang Semut, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang. Pempek LALA sangat terkenal dan populer pada kalangan masyarakat. Selain rasanya enak, teknik pemasaran pada pempek LALA sangat menarik serta suasana yang diciptakan sangat nyaman.

Pempek terbuat dari daging ikan yang digiling, tepung tapioka atau tepung sagu, air, garam dan bumbu lainnya sebagai penambah cita rasa. Pempek merupakan bahan pangan yang terbuat dari daging giling berwarna putih, berbentuk sejenis gel protein yang homogen, elastis dan memiliki tekstur yang kenyal (Sugito, 2015: 147). Para pelancong khususnya didalam negeri yang berpergian ke Kota Palembang pasti tidak akan lupa membeli pempek sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke daerah asal mereka tinggal. Pempek juga sebagai ikon kuliner yang memperkenalkan Palembang ke dalam bahkan luar negeri.

Sudah banyak saat ini masyarakat Kota Palembang yang beralih ke bisnis jual beli pempek. Menurut Nurtfitriana (2016:114), produksi pempek merupakan Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang paling banyak diusahakan di Kota Palembang. Pempek yang di pasarkan dan di jual tidak hanya untuk di dalam kota namun juga untuk yang di kirim keluar kota. Bahkan banyak inovasi kreatif yang muncul agar dari satu penjual ke penjual yang lain dapat bersaing sehat. Contohnya seperti salah satu menu yang ada di Toko Pempek Beringin yang menjual Pempek Crispy, ada juga Toko Pempek Sulthan Pindang Agan yang menyulap pempek menjadi warna-warni. Untuk dapat bertahan di tengah maraknya persaingan tersebut, tentunya pengusaha pempek harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen.

Ada beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas layanan dan kualitas produk. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2016:71). Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah restoran adalah kualitas produk. Menurut Armstrong & Kotler, (2015: 272) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu

pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang dibeli, akan menimbulkan kesetiaan pembeli sehingga membuat pembeli melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Seperti yang dikatakan (Tjiptono, 2016: 97) menyatakan bahwa loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merk, mempunyai komitmen pada merk tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa panjang . Salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, yang diharapkan dapat membuat pelanggan untuk kembali melakukan transaksi.

Dengan melihat fenomena peluang bisnis restoran yang masih sangat besar dan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis restoran, maka penulis meneliti tentang **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pempek LALA 26 ilir.**

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu :

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Pempek Lala ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Pempek Lala ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada pempek LALA ?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dan kekeliruan, peneliti membatasi masalah yaitu

Aspek yang diamati yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kualitas pelayanan pada Pempek Lala
2. Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan pada Pempek Lala
3. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Pempek Lala.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini bisa memberikan masukan kepada perusahaan untuk memperbaiki kualitas pelayanannya
2. Bagi mahasiswa
Penelitian ini dapat menambah pemahaman dan menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa dengan melihat pengaruh kualitas pelayanan pada Pempek Lala 26 ilir dapat memberikan kepuasan pelanggan.
3. Bagi pihak akademis
Hasil penelitian ini bisa menjadi salah satu referensi perpustakaan khususnya bagi mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di Pempek LALA 26 ilir yang berlokasi di Jalan Mujahidin No.23, 26 Ilir, Bukit Kecil, Talang Semut, Palembang. Adapun penulis tinjau adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pempek LALA 26 Ilir Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data Sugiyono (2018: 456) . Data primer diperoleh dari menyebar kuisioner ke seluruh pempek Lala 26 ilir yang bersedia menjadi responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen Sugiyono (2016 : 225). Data Sekunder diperoleh dari pihak lain yang sudah mencoba pempek Lala dan mengapa alasan mereka lebih memilih pempek Lala 26 ilir daripada pempek yang lain.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

a. Riset Lapangan (Field Research)

1. Observasi (Pengamatan)

Menurut (Morissan,2017:143) Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Dengan kata lain, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra. Dalam penelitian ini penulis sudah melakukan dan mengamati mengapa orang lebih memilih pempek LALA 26 ilir sedangkan masih banyak pempek yang lain. alasannya karena harga yang terjangkau dan rasa pempek yang sangat enak dan apalagi memakai cuko yang rasanya manis, asam pedas dan gurih. Kelebihannya pempek lala konsumen bisa makan pempek dengan cuko sepuasnya karena telah di sediakan di meja. Tempat nya luas sehingga leluasa meskipun keadaan sedang ramai pengunjung. Konsumen juga bisa mengambil minum sendiri di dalam frezeer yang sudah di sediakan di pojokan. Disini juga menyediakan kemplang dan kerupuk untuk dijadikan oleh-oleh pulang kampung.

Dari segi pelayanan sudah sangat baik saat kita memasuki kita sudah disambut oleh pelayanan yang baik dan ramah untuk dihantarkan di meja sehingga konsumen tinggal pesan kepada pelayanan. Untuk menu tambahan konsumen juga bisa memanggil secara berulang-ulang dan yang terpenting adalah sudah ada kasir yang sudah siap menghitung pesanan anda dengan baik. Untuk fasilitas juga sudah memadai seperti toilet yang sudah terbagi menjadi 2 sehingga laki laki dan perempuan tidak 1 tempat, selain itu wastafel pencuci tangan sudah tersedia sehingga konsumen sangat puas dengan semua pelayanan yang tersedia.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017 : 47) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini daftar pertanyaan kuesioner diberikan kepada konsumen Pempek LALA 26 ilir.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah pembeli atau konsumen yang sudah pernah datang dan makan pempek Lala 26 ilir. Jumlah populasi dihitung dari jumlah pengunjung perhari yaitu sebanyak 45 orang pengunjung, berarti jumlah pengunjung dalam 1 minggu sebanyak 315 orang pengunjung. Dalam 1 bulan 1.350 orang pengunjung, jadi dalam 1 tahun sejumlah 16.200 pengunjung. Perhitungan tersebut dilakukan pada tahun 2021 yaitu dari bulan Januari sampai dengan Desember 2021.

b. Sampel

Menurut Silaen (2018: 87) sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu untuk diukur atau diamati karakteristiknya. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah para pengunjung ataupun pembeli dari Pempek LALA 26 ilir. Data yang akan dijadikan sampel adalah jumlah konsumen pada data terakhir satu tahun konsumen. Untuk menghitung sampel yang ada dengan menggunakan rumus dari Slovin, Yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan : n = Jumlah sampel yang di perlukan

N = Jumlah Populasi

e = Taraf kesalahan Pengambilan Sampel (10%)

Perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{16.200}{1 + 16.200(10\%)^2}$$

$$n = \frac{16.200}{162,01}$$

n = 99,99 dibulatkan menjadi 100 responden

c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Margono(2004: 125)

Peneliti menggunakan teknik *Accidental Sampling* yang termasuk dalam kelompok *nonprobability Sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) “accidental

sampling adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”. Dengan demikian sampling yang diambil adalah pengunjung yang makan pempek diwarung Pempek Lala 26 Ilir sebanyak 100 orang pengunjung.

1.5.5 Metode Analisa Data

Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono(2013:13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Data yang di peroleh akan terlihat dari hasil penyebaran kuisisioner yang akan di bagikan nantinya. Dalam perhitungan kuisisioner, penulis menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) agar mempermudah penulis dalam menghitung kuisisioner dan menggunakan perhitungan regresi linear berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pempek Lala 26 ilir.

1.5.6 Variable Penelitian

a. Definisi konsep

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kajian yang menganalisis dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan yang di kemukakan oleh parasuraman (Lupiyoadi, 2013: 216), dimensi tersebut ialah :

1. Tangible atau bukti langsung
2. Reliability atau kehandalan
3. Responsiveness atau ketanggapan
4. Assurance atau jaminan
5. Emphaty atau empati
6. Kepuasan Konsumen.

b. Definisi Operasional

Dalam setiap indikator yang di teliti, tentunya memiliki variabel yang menjelaskan secara lebih detail konsep dari setiap indikator yang akan diteliti. Adapun penjelasannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Kepuasan Pelanggan	Tangible	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan Sarana dan Prasarana 2. Kelayakan Fasilitas Toilet 3. Kerapian Penampilan Pelayanan 4. Kebersihan dan kenyamanan Pempek LALA 26 Ilir
2		Reliability	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecapatan melayani pelanggan 2. Pelayanan selalu memberikan makanan sesuai dengan yang dipesan konsumen
3		Responsiveness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejelasan Pelayanan dalam memberikan informasi Tentang makanan 2. Ketanggapan Pelayanan terhadap keluhan konsumen 3. Kecepatan Penanganan Keluhan
4		Assurance	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keramahan Pelayanan 2. Keamanan dalam pelayanan seperti makanan dan Minuman 3. Citra nama baik Pempek LALA di mata pelanggan
5		Emphaty	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesabaran Pelayanan dalam melayani 2. Sopan dan santun dalam melayani 3. Perhatian Pelayanan dalam melayani
6	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pempek LALA memberikan pelayanan yang Sangat memuaskan konsumen 2. Pempek LALA memberikan pelayanan dengan harga Makanan dan minuman yang terjangkau 3. Pempek LALA memiliki karyawan yang banyak Sehingga mampu melayani konsumen dengan baik.

1.5.7 Teknik Pengolahan Data

Teknik yang digunakan untuk mengolah data adalah teknik analisis statistik, melalui program komputer Excel Statistic Analysis & SPSS 16.0

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Bebas 1 (Independent) yaitu Bukti langsung (Tangible)
2. Variabel Bebas 2 (Independent) yaitu Keandalan (Reliability)
3. Variabel Bebas 3 (Independent) yaitu Ketanggapan (Responsiveness)
4. Variabel Bebas 4 (Independent) yaitu Jaminan (Assurance)
5. Variabel Bebas 5 (Independent) yaitu Empati (Emphaty)
6. Variabel Terikat (Dipendent) yaitu Kepuasan Pelanggan

1.5.8 Regresi Linear Berganda

Menurut Yusi dan Idris (2009:135) “Dalam regresi berganda terdapat satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas yang mempengaruhinya”

Penulis Menggunakan persamaan regresi berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pempek LALA 26 ilir. Adapun rumus regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4 + bx_5$$

Keterangan

Y	= Kepuasan Pelanggan
a	= Konstanta
b	= Koefisien regresi
x_1	= Bukti Fisik (Tangibles)
x_2	= Daya Tanggap (Responsiveness)
x_3	= Keandalan (Reability)
x_4	= Empati (Emphaty)
x_5	= Jaminan (assurance)