

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, untuk itu manusia harus memenuhi kebutuhan pokoknya tersebut. Dengan demikian makanan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang tidak dapat ditunda-tunda dalam pemenuhannya. Salah satu tempat dimana manusia dapat memperoleh pemenuhan kebutuhan akan makanan adalah restoran.

Saat ini perusahaan-perusahaan sedang berada dalam persaingan global dalam lingkungan bisnis. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai kesuksesan dalam persaingan adalah selalu berusaha untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan harganya lebih murah, cita rasa yang sangat khas dan enak, sering mempromosikan produk barunya kepada pelanggan dan merayu pelanggannya untuk mencoba membelinya, dan memberikan pelayanan yang baik dan cepat dari pada pesaingnya agar pelanggan merasa puas. Apabila yang terjadi sebaliknya harganya mahal, cita rasa makannya tidak enak, promosinya tidak bisa dimengerti dan kurang menarik pelanggan, dan pelayanannya kurang baik atau lama akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Sehingga pelanggan akan lebih memilih untuk membeli ketempat pesaing. Hal ini akan menjadi salah satu masalah dalam perusahaan

karena penjualan akan menurun dan pendapatan laba juga akan menurun menurut Supranto (2013:2).

Perasaan puas yang dirasakan pelanggan tercipta setelah menerima pelayanan yang diberikan kepadanya pada saat membeli. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan seringnya ia berkunjung dan membelinya kembali. Dari rasa kepuasan pelanggan dapat membuka peluang bagi perusahaan untuk mengeluarkan produk baru dan lebih meningkatkan lagi dalam pelayanannya kepada pelanggan.

Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan akan mempunyai nilai tambah lagi bagi konsumennya sendiri dibandingkan dengan para pesaingnya. The Manhattan merupakan restoran yang menjual makanan laut yang bergaya American-style. Restoran ini telah mengembangkan sayapnya hingga Asia dan Timur Tengah, salah satunya Indonesia. Terkenal dengan Flaming Platernya, hidangan Fish & Chips di Manhattan Fish Market memang patut menjadi favorit oleh setiap pengunjung yang datang. Dengan harga yang terjangkau, dengan dekorasi diarahkan menuju gaya urban, muda, dan gaul, yang memberikan suasana atau perasaan yang berbeda dibandingkan dengan restoran lain di tiap-tiap negara. Di seluruh cabang 'The Manhattan Fish Market' yang menjadi menu favorit pengunjung adalah Manhattan Seafood Platter For Two. Hidangan ini berisi 4 jenis seafood yang disajikan dalam wadah pan dengan cukup porsi besar. Ada calamari, oyster yang berbalut tepung, udang dengan balutan flaming sauce dan fillet ikan dori dengan siraman butter garlic sauce. Kesemua hidangan tersebut dikombinasikan dengan Garlic Rice dan French Fries. Satu lagi

istimewa dari restoran ini adalah menu hidangan yang akan dibakar dengan blow torch dihadapan pengunjung saat dipesan. "Pembakaran tersebut untuk membuat aroma saus keluar dan melted sehingga lebih enak.

Kualitas pelayanan yang diberikan di restoran The Manhattan Fish Market sudah terdapat dalam sop tetap yang dimiliki perusahaan, sehingga para pegawai yang terlatih sudah harus bisa menerapkan tata cara pelayanan pada saat pelanggan datang. Tetapi ada sebagian para pegawai yang masih tidak menerapkan tata cara pelayanan ini , terkadang tidak tanggap jika ada pelanggan yang memanggil, dan kurangnya pengetahuan tentang menu-menu yang favorit di restoran tersebut. Berdasarkan data yang diambil penulis dari tahun 2014-2016 , bahwa menunjukkan adanya penurunan penjualan, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan The Manhattan Fish Market Tahun 2014-2016

Tahun	Total Penjualan	Penurunan penjualan	Presentase Penurunan Penjualan
2014	Rp 4.580.824.282		
2015	Rp 4.508.152.934	Rp 72.671.348	1,6 %
2016	Rp 4.275.555.307	Rp 232.597.627	5,2 %

Sumber: Data diolah penulis (2017)

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa penjualan diThe Manhattan Fish Market selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penjualan pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar Rp. 72.671.348 dari tahun 2014. Dan

pada tahun 2016, penurunan penjualan kembali terjadi sebesar Rp. 232.597.627 dari tahun 2015.

Untuk meningkatkan pendapatan restoran berusaha memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui pemberian pelayanan yang bermutu dan berkualitas serta juga harga yang murah merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk memikat pelanggan sehingga pelanggan merasa puas.

Menurut Yamit (2013:11) dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah tangibles (bukti langsung) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, reliability (kehandalan) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan, responsiveness (daya tangkap) yaitu keinginan para pegawai untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, assurance (jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Emphaty (empati) yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Menurut Yamit (2013:78) mengatakan jika harapan pelanggan sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakannya, maupun apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan pelanggan tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap, sudah dapat dipastikan pelanggan tidak merasa puas.

Harga mempunyai peranan dalam kepuasan pelanggan yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harga yang dikeluarkan pelanggan sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan.

Menurut Kotler (2011) pengertian harga adalah “Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Swastha dan Handoko (2010:22) harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa guna memenuhi kebutuhannya.

Menurut Kotler & Keller (2013 : 17) menyatakan bahwa lokasi merupakan setiap lapisan perantara pemasaran akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir.

Menurut Kotler dan Keller (2013 : 153) kepuasan adalah perasaan seseorang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja suatu produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan. Menurut Yamit (2013 : 94) untuk mendapat memuaskan kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat melakukan beberapa tahapan:

1. Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan
2. Mengetahui proses pengambilan keputusan dalam membeli produk
3. Membangun citra perusahaan
4. Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan

Perusahaan harus bisa meningkatkan kualitas pelayanan, harga yang kompetitif dan memperhatikan lokasi yang nyaman agar mendapatkan kepuasan

pelanggan. Apabila konsep kualitas pelayanan tersebut diatas berjalan dengan baik, dan harga yang ditetapkan perusahaan sesuai maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Sehingga menjadi suatu fenomena yang harus dianalisis. Berbagai penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh :

Menurut Yosi Pratama(2015) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar dengan Fasilitas sebagai variabel moderasi, terdapat pengaruh yang signifikan harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Ida Ayu Intan Surya Utami (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur, adalah Faktor Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan Menurut Khoirun Nisa (2010) dengan judul Pengaruh Kepuasan Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus: PT. Pos Indonesia Persero, Sidoarjo), dalam jurnal ini variabel Kepuasan Pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh terhadap Kepuasan secara langsung, sedangkan harga tidak atau belum memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang kepuasan pelanggan khususnya pada restoran The Manhattan Fish Market yang dituangkan dalam suatu penelitian dengan judul :

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN THE MANAHTTAN FISH MARKET”

1.2. Perumusan Masalah

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang, peneliti bermaksud menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Secara spesifik rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran The Manahhtan Fish Market ?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadapkepuasan pelanggan pada restoran The Manahhtan Fish Market ?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran The Manahhtan Fish Market ?
- d. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada restoran The Manahhtan Fish Market ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran The Manahhtan Fish Market.

- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran The Manahttan Fish Market.
- c. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada restoran The Manahttan Fish Market.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada restoran The Manahttan Fish Market.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Perusahaan, Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagaibahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengelola dan menentukan langkah yang diambil untuk pembinaan terutama dalam kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan terutama dalam meningkatkan volume penjualan.
- b. Bagi Penulis, dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, harga dan lokasi serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Bagi Akademik, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan

pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada restoran the manhattan fish market.

- d. Bagi Pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca agar dapat diterapkan sebagai pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan sehingga meningkatkan aktivitas bisnis.

