

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis rumah makan memang sangat menjanjikan karena banyak peminat dari berbagai golongan, yaitu dari anak kecil sampai orang dewasa. Oleh karena itu, persaingan antar rumah makan sekarang semakin ketat dikarenakan banyaknya rumah makan yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Semakin banyak populasi maka semakin banyak permintaan yang diajukan oleh masyarakat. Rumah makan adalah tempat usaha dimana untuk menyajikan dan menghidangkan makanan kepada pelanggan dan menyediakan fasilitas untuk menikmati hidangan yang sudah dihidangkan dan menetapkan harga sesuai dengan kualitas pelayanan dan cita rasa yang diberikan. Rumah makan Abun menyediakan *Chinese Food Dine in* dan *Take Away* yang terletak di Jalan. Pusat Pasar No.157/165 Medan. Biasanya Rumah makan Abun akan selalu ramai pengunjung pada akhir pekan dan hari libur, bukan hanya pada Sabtu dan Minggu, tetapi juga pada saat akan menyambut hari raya Idul Fitri dan hari Natal. Dan juga karena lokasi yang strategis yang berdekatan dengan berbagai pusat perbelanjaan seperti pakaian, perlengkapan sekolah, perlengkapan rumah tangga dan lain-lain. Selain berdekatan dengan pusat perbelanjaan, juga berdekatan dengan mall yaitu Medan Mall. Jadi, setelah pelanggan selesai berjalan-jalan membeli barang yang mereka perlukan, kebanyakan pelanggan akan datang ke Rumah makan Abun untuk beristirahat sekaligus makan siang. Selain harga yang diberikan tidak terlalu mahal, tempatnya juga lumayan luas.

Kepuasan Pelanggan merupakan pendorong utama bagi loyalitas pelanggan. Sebagian pelanggan mendasarkan kepuasannya hanya pada dorongan harga, sedangkan kebanyakan pelanggan lainnya mendasarkan kepuasannya pada keputusan pembelian atas dasar tingkat kepuasan produk yang mereka butuhkan. Peningkatan kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan dalam persaingan pasar yang semakin tajam. Oleh karena itu banyak Rumah Makan atau Perusahaan akan selalu berupaya memantau kepuasan pelanggan yang sangat berpengaruh atas tingkat loyalitas dan profitabilitas pelanggan [1]. Dengan mengukur kepuasan pelanggan akan diketahui

apakah kualitas pelayanan, cita rasa dan harga berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah jika kualitasnya rendah maka akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif, dan berpotensi mengusir pelanggan yang tidak puas [2]. Kualitas pelayanan merupakan suatu proses upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan. Masalah dalam Kualitas Pelayanan yang biasa terjadi pada Rumah Makan Abun adalah lalainya karyawan dalam melayani pelanggan, tetapi tidak dalam semua kondisi, hanya dalam satu kondisi yaitu saat sedang ramai pengunjung. Jadi jika sedang ramai maka sebagian pelanggan tidak terlayani dengan baik. Masalah yang terjadi di *Dine In* adalah terlalu lamanya makanan yang dipesan sampai kepada pelanggan, dikarenakan banyak pelanggan yang datang dan memesan pesanan yang berbeda-beda maka karyawan (*Chef*) harus memasak masakan yang berbeda-beda sesuai dengan pesanan pelanggan, jadi makanan yang dipesan akan sampai lebih lama. Masalah *Dine In* selanjutnya yaitu karyawan salah membagikan makanan kepada pelanggan, dikarenakan banyak pelanggan yang tidak mau bekerja sama dengan karyawan, pelanggan hanya memikirkan bahwa mereka lapar, jika makanan datang pelanggan sembarangan mengambilnya. Padahal makanan yang dipesan bukan yang diberikan karena jika terlalu ramai, maka tempat duduk akan sempit dan satu meja bisa dua sampai tiga kelompok. Oleh karena itu, karyawan juga akan kebingungan mana pelanggan yang pertama kali datang dan mana yang terakhir datang, dan pelanggan yang pertama datang akan merasa kecewa. Masalah *Dine In* selanjutnya adalah sering terjadi perdebatan antara pelanggan dengan karyawan karena biasanya karyawan akan mengatur tempat duduk pelanggan, sehingga pelanggan lainnya masih bisa duduk, tetapi ada beberapa pelanggan yang tidak suka diatur dan karyawan bisa saja dimarahi, atau dibentak oleh pelanggan tersebut. Masalah yang biasanya terjadi pada *Take Away* adalah menghilangnya pelanggan pada saat pesanan selesai, karena antrian begitu panjang, dan ramai. Pelanggan yang meminta pesanan untuk *Take Away* tidak sabar menunggu, sehingga sebelum bungkus makanan selesai pelanggan biasanya pergi begitu saja, sehingga karyawan kewalahan mencari pelanggan yang tadinya memesan pesanan tersebut.

Selain kualitas pelayanan, ada juga Cita rasa merupakan suatu ciri makanan atau minuman yang harus dibedakan dari rasa makanan atau minuman tersebut.

Cita Rasa merupakan atribut makanan atau minuman yang meliputi bau, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam Indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran [3]. Masalah dalam Cita Rasa yang biasanya terjadi adalah pesanan yang disajikan dingin, dan sama hanya dalam kondisi ramai pengunjung. Masalah di *Dine In* adalah dinginnya makanan, biasanya hanya terjadi pada makanan yang akan diantar pada lantai dua. Karena tidak mungkin karyawan bolak balik hanya membawa satu piring makanan ke lantai dua, jadi makanan diletakkan di meja khusus dengan penutup supaya terjaga tetap panas. Setelah semua makanan selesai, baru diangkat secara bersamaan ke lantai dua. Sedangkan masalah yang biasanya terjadi pada *Take Away* adalah pelanggan tidak mengerti dengan perbedaan makanan yang dimakan pada *Dine In* dan *Take Away*. Maksudnya setiap masakan yang baru dimasak pastinya akan lebih enak, karena masih panas. Sedangkan kalau *Take Away* yang dibungkus, dan setelah pelanggan sampai rumah, pasti akan berbeda karena makanan yang dibungkus sudah dingin.

Selain itu ada Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa [4]. Masalah yang terjadi di *Dine in* dan *Take Away* adalah meningkatnya atau naiknya harga makanan, yang dulunya Rp 13.000 sekarang menjadi Rp 15.000 dan harga minuman, yang dulunya Rp 3.000 menjadi Rp 4.000 yang mengakibatkan banyak pelanggan protes terhadap kenaikan harga tersebut. Kenaikan harga tersebut terjadi karena naiknya harga bahan-bahan seperti gas, daging, telur, cabe selain itu juga listrik, air dan gaji karyawan. Jika dibandingkan dengan kompetitor lain, seperti Rumah Makan Aan yang dibuka di Jalan Sambu, mereka menjual makanan dengan harga Rp 13.000 dengan bahan bahan yang sama dan harga minuman Rp 5.000. Fasilitas yang diberikan juga berbeda. Rumah Makan Abun dua lantai, sedangkan Rumah Makan Aan hanya satu lantai.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Makanan Rumah Makan Abun dengan Rumah Makan Aan

Tahun	Menu Makanan	Harga Rumah Makan Abun	Harga Rumah Makan Aan
2017	Pansit	Rp 10.000	Rp 9.000
2017	Mie Goreng	Rp 15.000	Rp 13.000
	Nasi Goreng	Rp 15.000	Rp 13.000
	Capcai	Rp 20.000	Rp 18.000

Tabel di atas dibuat untuk mengetahui perbedaan menu harga makanan antara rumah makan abun dengan pesaing yang memiliki kualitas, bahan, dan produk yang sama. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, dan Harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian Rumah Makan Abun adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun?
2. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Cita Rasa dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Objek Penelitian adalah Pelanggan Rumah Makan Abun
2. Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X_1), Cita Rasa (X_2), Harga (X_3)
3. Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan (Y)
4. Periode Penelitian adalah Juni 2017 – Mei 2018

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian dalam Rumah Makan Abun adalah:

1. Untuk Mengetahui dan Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun.
2. Untuk Mengetahui dan Menganalisis pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun.
3. Untuk Mengetahui dan Menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun.
4. Untuk Mengetahui dan Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan serta kajian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Abun. Serta dapat memperkaya pengetahuan dari penelitian yang ada dan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat berguna bagi Rumah Makan Abun sehingga dapat lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, dan Harga untuk memenuhi Kepuasan Pelanggan.

1.6 Originalitas

Dalam originalitas penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) terhadap Kepuasan konsumen pada Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten Di Malang [5].

Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis sebagai berikut:

1. Penelitian sebelumnya menggunakan Variabel Bebas Kualitas Pelayanan sedangkan Penulis menambahkan Variabel Cita Rasa dan Harga. Cita rasa merupakan suatu ciri makanan atau minuman yang harus dibedakan dari rasa makanan atau minuman tersebut. Cita Rasa merupakan atribut makanan atau minuman yang meliputi bau, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam Indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran [3]. Pada Cita Rasa

meskipun makanan diolah dengan Cita Rasa yang tinggi tetapi penyajiannya kurang, maka nilai makanan tersebut tidak akan berarti apa-apa. Karena Makanan yang disajikan dengan baik akan merangsang indera penglihatan sehingga menimbulkan selera yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tersebut. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi perusahaan [6]. Pada harga jika harga naik maka pelanggan akan merasa kecewa dengan kenaikan harga tersebut, sedangkan jika harga turun akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan datang terus menerus dan menjadi pelanggan tetap.

2. Penelitian sebelumnya menggunakan objek Penelitian Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang, sedangkan penulis menggunakan objek penelitian Rumah Makan Abun di Medan.
3. Penelitian sebelumnya melakukan penelitian pada tahun 2013, sedangkan penulis melakukan penelitian pada tahun Juni 2017 – Mei 2018.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL