

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia pemasaran identik dengan dunia persaingan, karena setiap perusahaan yang berhasil memasarkan produk selalu saja diikuti dengan hadirnya perusahaan – perusahaan baru yang berusaha dari waktu ke waktu semakin tajam.

Persaingan bisnis bukan hal yang baru dalam dunia pemasaran, terutama dalam memperebutkan konsumen potensial dan mempertahankan konsumen yang ada. Sehingga setiap perusahaan yang ingin maju dituntut mampu menerapkan kiat-kiat bisnis yang strategis. Sebagai negara yang berkembang bangsa Indonesia sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan di segala bidang. Bidang Sosial, Ekonomi, Politik, maupun Teknologi Modern khususnya bidang ekonomi dengan tumbuhnya berbagai perusahaan swasta yang memiliki macam usaha, disamping perusahaan milik negara.

Dalam rangka perkembangan industrial diwarnai dengan tumbuh dan berkembangnya industri atau perusahaan disegala sektor lapangan usaha dan dapat mendorong perkembangan perekonomian pembangunan nasional. Bisnis di bidang makanan merupakan salah satu sektor lapangan usaha dengan banyaknya perusahaan tumbuh dan berkembang.

Masalah pemasaran merupakan salah satu aspek yang penting dengan aspek-aspek lainnya dalam menunjang keberhasilan dalam suatu perusahaan. Dengan persaingan semakin ketat dan mempengaruhi kelangsungan hidup karyawan. Dalam kondisi demikian perusahaan akan dihadapkan pada tantangan perilaku, daya beli selera dan sosial budaya.

Perusahaan yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung, dampak langsung yang dimaksud adalah bahwa perusahaan akan mempertahankan dan meningkatkan usaha pemasarannya. Sedangkan dampak tidak langsung merupakan ancaman bagi perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dalam persaingan. Dengan banyaknya persaingan maka perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan usaha pemasarannya agar tidak menurun.

Outlet livana spikoe Livana di Mulyosari Surabaya merupakan salah satu dari sekian outlet yang ada di Surabaya dan Jakarta, dan menjadi awal berdirinya perusahaan yang sedang berkembang, karena mampu memberikan daya saing dalam industri makanan di Indonesia dan mampu memberikan salah satu alternatif penyediaan lapangan kerja bagi karyawan untuk ditempatkan di outlet maupun bagian produksi.

Selain peluang banyaknya perusahaan makanan khususnya roti yang semakin berkembang sehingga untuk dapat bersaing dan bertahan di dalam pasar maka perusahaan harus peka akan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumennya sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan.

Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga. Menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani pelanggan ini dibandingkan pelanggan baru karena transaksinya bersifat rutin.

Menurut Fandy tjiptono (2005:14) elemen kualitas jasa (pelayanan) ada 5 yaitu *tangible, reliability, responsiveisness, assurance, empathy*. Menurut Kotler dan Amstrong (2002:279) Kualitas Produk adalah sekumpulan ciri-ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian gabungan dari daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lain dari suatu produk.

Ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli di outlet Livana Spikoe khususnya di Mulyosari Surabaya antara lain dimensi *tangible*, meliputi penampilan fisik outlet, interior bangunan outlet dan penampilan karyawan outlet. Dimendi *reliability*, meliputi kemampuan outlet untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik. Dimensi *responsiviness*, meliputi kesediaan karyawan outlet untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Dimensi *assurance*, meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen. Serta dimensi *emphaty*, yang meliputi

rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen. Kelima dimensi tersebut dikembangkan oleh Parasuraman (1985) dikutip dalam Tjiptono (2000 : 27-28)

Maka sehubungan dengan faktor yang mempengaruhi suatu keberhasilan bagi perusahaan, maka penulis memilih judul:

“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Livana Spikoe di Mulyosari Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah dibahas pada latar belakang masalah tersebut, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di outlet Livana spikoe di Mulyosari Surabaya?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di outlet Livana spikoe di Mulyosari Surabaya?
3. Apakah kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di outlet Livana spikoe & cake?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan masalah yang dirumuskan maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Membuktikan dan mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan outlet Livana spikoe di Mulyosari Surabaya.
2. Membuktikan dan mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan outlet Livana spikoe di Mulyosari Surabaya.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan outlet Livana spikoe di Mulyosari Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini sebagai tambahan ilmu dan wawasan yang dapat digunakan untuk praktek dalam menerapkan teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dan sebagai pengalaman kerja di bidang usaha makanan khususnya yang berkaitan Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat memberi sumbangan pengetahuan sebagai modal untuk penelitian selanjutnya dan tambahan wawasan untuk penelitian di bidang pemasaran khususnya di bidang bisnis makanan.

3. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui tanggapan konsumen Livana mengenai Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga pihak Livana dapat menerapkan strategi yang lebih kreatif lagi guna untuk tetap bertahan dan bahkan untuk lebih maju sehingga perusahaan dapat terus berkembang.