

I. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Kebutuhan manusia akan pangan selalu menjadi salah satu kebutuhan utama. Pengusaha dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam berbisnis, sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah membuat tingkat kebutuhan manusia akan pangan juga terus bertambah (Arif, 2007). Bisnis pangan khususnya di bidang rumah makan saat ini menunjukkan perkembangan yang baik. dengan prospek usaha yang meningkat dan cukup pesat.

Kota-kota wisata yang banyak dikunjungi oleh warga negara asing maupun lokal yang bertujuan untuk keperluan bisnis atau sekedar untuk mengunjungi tempat-tempat liburan, menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengusaha untuk mengembangkan usahanya di bidang kuliner. Demikian halnya dengan banyaknya pembangunan-pembangunan di Indonesia khususnya di kota Bangkalan pasca pembangunan *Suramadu*, menjadikan kebutuhan akan rumah makan lebih meningkat dari tahun ke tahun.

Di tengah ketatnya persaingan saat ini, para pengusaha rumah makan saling bersaing untuk merebut hati pelanggan. Perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan adalah menciptakan loyalitas pelanggan. Upaya mempertahankan pelanggan yang loyal menjadi tantangan pihak pengusaha karena pelanggan saat ini semakin kritis dalam memilih makanan sesuai dengan harapannya. Ini bukan hal yang mudah, mengingat banyak perubahan dapat terjadi setiap saat pada diri pelanggan. Perusahaan harus mampu melakukan inovasi dan strategi yang baik.

Kualitas pelayanan di bidang jasa rumah makan merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan oleh pelanggan dalam menilai kualitas rumah makan tersebut. Jasa pelayanan rumah makan sudah mulai dinikmati oleh pelanggan pada saat datang dan masuk ke rumah makan, cara menyambut tamu

dengan ramah tamah dan sopan santun. Cita rasa dan kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kinerja yang baik juga sangat menunjang kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perilaku pelanggan khususnya loyalitas pelanggan yang terwujud dalam keinginan membeli ulang dan niat merekomendasikan.

Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses bagi perusahaan, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh atau berpindah ke perusahaan lain. Sekarang sudah banyak bermunculan rumah makan di kota wisata salah satunya yaitu Bangkalan, karena Bangkalan merupakan kabupaten yang menjadi pintu masuk utama ke pulau Madura pasca dibangunnya jembatan *Suramadu* yang telah diresmikan pada tahun 2008 silam.

Pengamatan menunjukkan bahwa beberapa rumah makan berupaya memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas melalui beberapa cara misalnya dengan mendesain sajian menu yang menarik dan berbeda dengan pesaing, menciptakan atmosfir yang menjamin kenyamanan pengunjung, menjaga kebersihan, cara penyajian makanan yang baik, menetapkan harga yang sesuai, menciptakan kesan ramah melalui pelayanan karyawan, memperhatikan kebutuhan pelanggan dan mendesain interior yang menarik. Upaya-upaya ini dirancang agar pelanggan memperoleh gambaran tentang penciptaan nilai dari perusahaan dibandingkan dengan pesaing, dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memiliki ikatan emosional yang tinggi terhadap perusahaan, sehingga perusahaan akan dapat membangun loyalitas sejati pada diri pelanggan.

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berkontribusi pada terciptanya loyalitas pelanggan (Arif, 2007).

Rumah makan terutama rumah makan olahan bahan dasar bebek kini banyak berdiri. Sampai tahun 2013 tercatat ada 86 rumah makan olahan bahan dasar bebek di Bangkalan (Disperindag Kab. Bangkalan, 2013). Salah satu rumah makan olahan bahan dasar bebek yang cukup besar di Bangkalan yaitu Rumah Makan Sinar Jaya (Bebek *Sinjay*) merupakan rumah makan yang berada di kawasan segi tiga emas Bangkalan. Letaknya yang tidak jauh dari jembatan *Suramadu*, menjadikan rumah makan ini sebagai salah satu tempat favorit bagi pengunjung. Rumah Makan Sinar Jaya (Bebek *Sinjay*) selalu berusaha melakukan inovasi dan pelayanan jasa yang berkualitas serta pendekatan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa puas dan loyal. Hal ini terbukti karena cukup banyak pelanggan yang merasa puas dan datang ke rumah makan ini lebih dari 2 kali (Hasil Wawancara dengan beberapa konsumen).

Pelanggan Rumah Makan Sinar Jaya (Bebek *Sinjay*) tidak hanya didominasi wisatawan lokal yang berasal dari daerah sekitar Bangkalan maupun luar kota banyak yang menjadi pelanggan tetap Rumah Makan Sinar Jaya (Bebek *Sinjay*). Kualitas selalu berfokus pada pelanggan. Pelayanan jasa dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, jika sebuah perusahaan mempunyai produk dan pelayanan yang berkualitas maka dengan sendirinya pelanggan akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Sehingga memberikan manfaat bagi perusahaan yang bersangkutan.

Unsur-unsur yang membentuk pelayanan berkualitas merupakan perpaduan dari kualitas manusia yang dicerminkan oleh perilaku atau sikap pribadi dalam berinteraksi dengan para tamu dan keterampilan atau keahlian yang merupakan penguasaan unsur - unsur teknik dan prosedur yang berkaitan dengan tugas pekerjaannya. Berdasarkan uraian di atas, menjadikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan-Madura.”**

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan oleh Rumah Makan Sinjay berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan oleh Rumah Makan Sinjay berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Variabel kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan oleh Rumah Makan Sinjay berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan oleh Rumah Makan Sinjay berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan berbagai kebijakan yang perlu diambil untuk masa akan datang dalam bidang pemasaran
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja pelayanan yang sudah dilaksanakan
3. Penelitian ini untuk menambah wawancara dan pengetahuan penulis tentang permasalahan yang dikaji

4. Penelitian ini digunakan untuk memadukan pengetahuan yang diperoleh selama di bangku kuliah dengan di lapangan
5. Bagi pihak lain, sebagai dasar pertimbangan dan masukan bagi penelitian sebelumnya.