UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi dan moderenisasi setiap perusahaan harus siap untuk berada dalam persaingan yang ketat. Terlepas dari ukuran keuntungan dan kekuatan pasar setiap perusahaan akan memasuki era persaingan baru. Pendorong perubahan seperti teknologi, ekonomi dan kondisi pasar secara meningkat telah mendifinisi ulang hampir setiap sektor industri dan cara melakukan bisnis. Kemajuan teknologi informasi telah mentransformasi pasar dengan memberikan alternatif aturan yang luas bagi para pemain disuatu industri untuk bersaing lebih strategis dan kuat. Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang begitu pesat, berdampak kepada semakin tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini. Perusahaan yang ingin berhasil dalam persaingan pada era millenium harus memiliki strategi perusahaan yang dapat memahami perilaku konsumen. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memahami betul siapa konsumennya dan bagaimana mereka berperilaku.

Kualitas dalam sebuah pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas bisa disebut keseluruhan ciri serta sifat dari barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Pentingnya kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen akan menambahkan persepsi terhadap nilai yang selanjutnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Apabila konsumen merasa puas dengan produk

yang dibeli, maka akan ada kecenderungan konsumen akan melakukan pembelian kembali dan akhirnya menjadi konsumen yang loyal.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan filosofi suatu bisnis sebagai indikator dalam menciptakan nilai bagi pelanggan, mengantisipasi dan mengelola harapan pelanggan, dan menunjukkan kemampuan serta tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci untuk mencapai keunggulan bersaing.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Restoran merupakan suatu tempat dimana seseorang yang datang menjadi tamu yang akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan, baik pagi, siang, ataupun malam sesuai dengan jam bukanya dan oleh tamu yang menikmati hidangan itu harus membayar sesuai dengan harga yang ditentukan sesuai daftar yang disediakan di restoran itu. Pekanbaru memiliki beberapa restoran yang menjajakan berbagai makanan, misalnya di *Mall* SKA Pekanbaru yang terdapat beberapa restoran menjual makanan. Dengan semakin maraknya bisnis restoran ini ditunjukkan dengan perkembangan jumlah restoran dari tahun ke tahun.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Berdasarkan observasi di *Mall* SKA Pekanbaru, menunjukkan terdapat 14 resto yaitu Donut J.CO, A&W, *Excelso, Bread Talk, Rice Bowl, Baskin BR Robbins, Uncle* K, Pan & Flip, *Black Ball*, Pizza Tkst, Kimteng, Kopi Baba, Solaria dan Bakso Lapangan Tembak.

Restoran Donut J.CO Mall Ska di Kota Pekanbaru merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang dagang yang bergerak pada industri jasa yang berdiri pada tahun 1996, sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan konsumen. Konsep yang diterapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya adalah restoran yang menawarkan bermacam-macam jenis Donut. Selain itu restoran ini juga menawarkan jenis makanan lain serta minuman yang dapat dipesan melalui daftar menu. Restoran Donut J.CO Mall Ska di Kota Pekanbaru merupakan salah satu restoran yang menghadapi ketatnya persaingan bisnis restoran pada saat ini. Kota Pekanbaru memiliki rumah makan berskala kecil yang lebih berorientasi dekat dengan pelanggan. Konsep ini membuat orang merasa segan bepergian jauh untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan rasa yang sama dan harga yang relative lebih murah. Munculnya pesaing-pesaing ini sangat menyulitkan posisi Restoran Donut J.CO Mall Ska di Kota Pekanbaru. Masalah penurunan pengunjung juga disebabkan oleh penurunan jumlah pelanggan dari tahun ketahun. Oleh karena itu Donut J.CO Mall Ska di Kota Pekanbaru melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen kembali yaitu salah satunya adalah memberikan pelayanan yang baik dan cepat tanggap terhadap konsumen.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang akan memberikan cerminan keberhasilan produsen dalam memproduksi suatu barang, sebab apabila suatu produk akan menjadi gagal apabila barang tersebut tidak memberikan kepuasan bagi penggunanya. Maka produsen dengan kemampuannya, bagaimana konsumen merasa puas dengan barang yang dibeli.

Berdasarkan keterangan diatas dapat di simpulkan bahwa Restoran Donut J.CO Mall Ska di Kota Pekanbaru berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelangan, walaupun sudah berusaha menyediakan pelayanan dengan baik agar konsumen merasa puas tetapi masih dirasakan sebahagian konsumen kurang memuaskan. Setiap perusahaan memiliki kiat tersendiri demi kemajuan usahanya yaitu seperti berusaha untuk melakukan pengelolahan restoran dengan baik, memberikan harga yang dapat dijangkau, dan memberikan pelayanan cepat dalam mengantar pesanan konsumen. Hal ini merupakan harapan dari setiap para pengusahaan terutama pada Restoran Donut J.CO, karena harapan merupakan bentuk dasar dari kepercayaan akan sesuatu yang diinginkan akan didapatkan atau suatu kejadian akan bebuah kebaikan di waktu yang akan datang. Sedangkan pada kinerja yang dilakukan oleh karyawan Restoran Donut J.CO Mall Ska di Kota Pekanbaru berdasarkan observasi pernyataan yang di dapat bahwa kinerja yang dilakukan belum mencapai harapan yang diinginkan oleh para konsumen sehingga dapat dikatakan belum berhasil memberikan kepuasan konsumen. Karena kinerja yang maksimal akan menghasilkan keberhasilan yang maksimal juga.

Kinerja (prestasi kerja) merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya karena makin tinggi kepuasan pelanggan, berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia. Setiap perusahaan harus mampu memperhatikan faktor-faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen seperti misal tingkat Kualitas Produk maupun Harga yang harus dikorbankan untuk mendapatkan produk tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Penelitian dilakukan pada salah satu restoran yang terletak di Mall SKA Pekanbaru J.CO Donuts. Restoran ini khusus menawarkan donat dan kopi. Usaha-usaha dalam memasarkan donat & kopi ini semakin marak di Indonesia. Salah satunya adalah J.CO Donuts. J. CO berusaha untuk memenuhi kegemaran dan kebutuhan sebagian orang. Dalam melakukan usaha ini , ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk pelaku bisnis dalam menjaga dan meningkatkan

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

kualitasnya yaitu pelayanan yang baik, harga yang terjangkau, dan cita rasa yang dapat menjadi karakteristik, sehingga membedakan produk tersebut dengan produk lainnya. Untuk meningkatkan dan mempertahankan usaha serta persaingan yang ketat diperlukan suatu cara, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kepuasan konsumen.

Pelayanan pelanggan yang sempurna sangat berperan aktif dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan perhatian khusus terhadap pelanggan, hal itu akan membuat pelanggan merasa senang dan merasa puas sehingga pelanggan akan mereferensikan kepada orang lain untuk ikut membeli produk dari perusahaan tersebut. Begitu juga dengan pelayanan pada JCO Donuts & Coffee. Setiap karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya, mulai dari penyambutan terhadap pelanggan saat pertama kali datang untuk melakukan pembelian hingga pada saat mengantarkan pesanan kepada pelanggan.

Berdasarkan obervasi awal terhadap restoran Donut J.CO Mall Ska di Kota Pekanbaru dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan masih kurang maksimal. Hal ini dapat diketahui dari keluhan pelanggan yang pernah menikmati makanan yang ada di Donut J.CO Mall Ska di Kota Pekanbaru melalui kumpulan dari para pelanggan Donut J.CO Mall banyak yang mengatakan bahwa untuk pelayanan dari tahun ke tahun bukannya meningkat tetapi semakin memburuk.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang kepuasan konsumen dengan judul yang diambil untuk

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

penelitian ini adalah sebagai berikut : ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donut J.CO Mall. SKA di Kota Pekanbaru.***

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mencoba untuk merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *tangibles* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru?
2. Apakah *reliability* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru?
3. Apakah *responsiveness* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru?
4. Apakah *assurance* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru
5. Apakah *empathy* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru?
6. Apakah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru?

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru.
5. Untuk mengetahui pengaruh *empathy* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru.
6. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Donut J.CO Mall SKA di Kota Pekanbaru.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi praktisi

Penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor apa saja yang menjadi pembentuk loyalitas konsumen, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi yang akan diambil oleh perusahaan di waktu yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

b. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan atau referensi bagi penelitian lain yang sejenis di waktu yang akan datang. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sarana mengaplikasikan teori yang sudah didapat, khususnya mengenai pemasaran, serta jurnal yang ada, sehingga meningkatkan pemahaman terhadap teori dan kenyataan sesungguhnya yang ada.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.