

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia kuliner sekarang ini di Indonesia pada umumnya dan di Bandung pada khususnya mengalami kemajuan yang cukup pesat. Salah satunya perkembangan yang cukup pesat di Bandung adalah bisnis makanan yang menjadi salah satu tujuan wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang datang untuk wisata kuliner. Jenis Industri makanan yang ada di Bandung beraneka ragam mulai dari restoran, café, tempat makan kaki lima, pujasera, industri katering dan lain sebagainya.

Persaingan dalam industri jasa boga khususnya restoran cukup ketat dikarenakan semakin banyaknya restoran yang bermunculan serta setiap pelaku bisnis ini selalu meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan dalam menjalankan bisnisnya tersebut untuk memberikan kepuasan pada konsumennya. Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal tersebut. Pihak yang berhubungan langsung dengan kepuasan dan ketidakpuasan adalah pemasaran, konsumen, konsumeris dan peneliti perilaku konsumen. Persaingan yang semakin ketat dengan banyaknya produsen yang terlibat, mengharuskan setiap perusahaan

yang bergerak di bidang industri jasa boga yang khususnya dalam bidang restoran harus menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Produk yang terdiri dari barang dan jasa memiliki kualitas tersendiri, dimana kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses maupun lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan, sedangkan kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Papa Ron's Pizza Bandung merupakan jenis usaha yang bergerak dalam bidang *franchise* atau biasa disebut dengan waralaba yang memiliki satu cabang yang berada di kota Bandung yang beralamat di Jl.Abdul Rivai 11 Bandung. Papa Ron's Pizza merupakan restoran yang khusus menjual produk Pizza dan jenis produk makanan lainnya yang menjadi pendukung dari makanan utama. Papa Ron's Pizza Bandung memiliki restoran yang cukup luas dengan memiliki dua lantai.

Dengan semakin banyaknya pesaing yang muncul dengan menjual jenis produk yang sama dengan Papa Ron's Pizza sehingga Papa Ron's Pizza mengalami penurunan jumlah konsumen yang datang dikemudian pula data total jumlah konsumen yang datang mulai dari Oktober-Desember 2008 s/d bulan Januari-Maret 2009, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen Yang Datang Pada Papa Ron's Pizza Bandung

Tahun	Bulan	Jumlah konsumen datang (bulan)	Persentase
2008	Oktober	3.450	0%
	November	3.260	-5,51%
	Desember	3.115	-4,45%
2009	Januari	2.044	-34,38%
	Februari	2.156	5,48%
	Maret	2.454	13,82%

Sumber : Papa Ron's Pizza Bandung

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai jumlah konsumen yang datang pada Papa Ron's Pizza Bandung mulai dari bulan Oktober-Desember 2008 s/d bulan Januari-Maret 2009. Papa Ron's Pizza Bandung mengalami penurunan jumlah pengunjung pada bulan Oktober-Desember 2008 dan penurunan jumlah konsumen yang paling signifikan yaitu pada bulan Januari 2009 sebesar -34,38% dan pada bulan berikutnya yaitu bulan Februari dan Maret mengalami kenaikan sebesar 5,48% dan 13,82%. Sehingga dari jumlah konsumen yang datang ke Papa Ron's Pizza Bandung, konsumen Papa Ron's Pizza masih banyak yang kurang puas dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Oleh sebab itu penulis melakukan observasi pada restoran Papa Ron's Pizza Bandung. Berdasarkan observasi awal yang didapat berdasarkan pendapat konsumen Papa Ron's Pizza Bandung tentang seberapa puas konsumen tentang

kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Papa Ron's Pizza Bandung.

Hasil dari observasi awal tentang seberapa puas konsumen tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan yang di berikan Papa Ron's Pizza Bandung dengan jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 50 responden selama satu minggu berdasarkan harapan konsumen serta kinerja yang di berikan Papa Ron's Pizza maka di dapat rata-rata Gap (hasil ketidak sesuaian antara harapan dengan kinerja yang di dapat) yaitu sebesar 52% dengan kesesuaian kepuasan konsumen (hasil kesesuaian antara harapan dengan kinerja yang di dapat) yaitu sebesar 48%, ini berarti bahwa tingkat kepuasan konsumen Papa Ron's Pizza merasa kurang puas dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini diduga karena kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Papa Ron's Pizza Bandung belum sesuai dengan harapan konsumennya.

Berdasarkan banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, penulis tertarik mengkaji lebih jauh dengan melakukan penelitian yang berjudul :

"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PAPA RON'S PIZZA BANDUNG".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang dapat di uraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk Restoran Papa Ron's Pizza Bandung?
2. Bagaiman kualitas pelayanan Restoran Papa Ron's Pizza Bandung?
3. Bagaimana kepuasan konsumen Restoran Papa Ron's Pizza Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Papa Ron's Pizza Bandung ?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat diadakannya penelitian adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kualitas Produk Restoran Papa Ron's Pizza Bandung.
2. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Restoran Papa Ron's Pizza Bandung.
3. Untuk mengetahui Kepuasan Konsumen Restoran Papa Ron's Pizza Bandung.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Papa Ron's Pizza Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan, diantaranya:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Menambah ilmu pengetahuan mengenai masalah yang sedang diteliti, yaitu mengenai masalah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi tambahan atau referensi bagi ilmu manajemen pemasaran khususnya dan ilmu pengetahuan secara umum

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai masukan informasi dalam penelitian perilaku konsumen.

b. Bagi Pihak Lain

Dapat dijadikan sebagai sumber pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran dan sebagai sarana informasi bagi para pembaca yang akan mengadakan penelitian pada bidang yang sama.

