



## **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah.**

Dewasa ini dalam menyambut era perdagangan bebas, dapat dirasakan bahwa persaingan bisnis semakin ketat. Perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak untuk dapat bertahan hidup, haruslah dapat memberikan suatu produk atau jasa yang lebih berkualitas, harga yang lebih murah, penyerahan yang lebih cepat, serta tentunya pelayanan yang lebih baik kepada konsumen maupun pelanggannya dibandingkan dengan perusahaan pesaing.

Konsumen sebagai bagian yang penting dari suatu perusahaan memang harus dipuaskan, karena posisi mereka menjadi semakin penting dan menentukan bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Di samping itu, alasan lainnya adalah agar mereka tidak mudah meninggalkan perusahaan yang lama dan beralih menjadi konsumen dari perusahaan pesaing yang lebih dapat memberikan kepuasan. Semakin banyak konsumen maupun pelanggan yang beralih ke perusahaan pesaing maka dapat diramalkan penjualan maupun laba perusahaan akan mengalami penurunan.

Dalam industri makanan, khususnya roti banyak mengalami kemajuan pesat di Indonesia. Hal ini ditandai dengan berbagai macam merek roti seperti Bon Ami, Fran's Bakery, Suzana Bakery, Bonnet Bakery, La Cafe, Family Bakery (Hero Supermarket), Aro Bakery (Makro) dan masih banyak lagi merek lain yang sudah begitu dikenal oleh masyarakat sehingga persaingan dalam dunia

usaha bakery semakin ketat yang disertai keunggulan khas dari masing-masing perusahaan. Dimana, dalam hal ini untuk dapat bersaing dengan perusahaan bakery lainnya maka Igor's Pastry tidak hanya menawarkan roti tetapi juga kue kering.

Akibat dari persaingan yang terjadi membuat konsumen semakin bebas dalam memilih produk yang ditawarkan. Untuk itu badan usaha dituntut tidak saja menjual produk melainkan juga harus menyajikan kualitas layanan yang terbaik bagi konsumen.

Kualitas layanan yang baik merupakan unsur yang penting dan juga sebagai salah satu strategi yang penting bagi produk. Dengan demikian diharapkan badan usaha pembuat roti memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas layanan yang baik dapat memberikan kepuasan pada konsumen, dan sebaliknya kualitas layanan yang diberikan buruk dapat membuat konsumen kurang puas yang dapat mengakibatkan konsumen tersebut berpindah ke penjual yang lain.

Dalam melayani konsumen, pihak Igor's Pastry berusaha untuk memberikan pelayanan yang sebaik mungkin sehingga dapat memberikan kepuasan bagi para konsumennya. Dimana pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas pada saat penyerahan barang ke konsumen tetapi meliputi serangkaian layanan, baik pada saat sebelum pembelian maupun sesudah pembelian seperti membantu konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan selera mereka, kecepatan penyajian, kenyamanan membeli, dan kecepatan pengiriman produk ke tempat yang ditentukan oleh konsumen.

## **1.2. Perumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Igor's Pastry di Surabaya?
2. Variabel manakah dari kualitas layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Igor's Pastry di Surabaya?

## **1.3. Tujuan Penelitian.**

Sesuai dengan latar belakang masalah dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh Igor's Pastry di Surabaya terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh variabel yang paling dominan dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Igor's Pastry di Surabaya.

## **1.4. Manfaat Penelitian.**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Perusahaan.

Memberikan informasi dan masukan bagi Igor's Pastry sehingga dapat membantu badan usaha yang bersangkutan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumennya.

b. Bagi Peneliti.

Dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat belajar mengaplikasikan metode berfikir ilmiah dan berfikir memecahkan masalah yang timbul dalam lingkup manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan layanan terhadap konsumen. Selain itu, juga untuk melatih penulis dalam menetapkan teori-teori bersifat ilmiah yang diperoleh selama di bangku kuliah dan melakukan perbandingan dengan kenyataan masalah yang terjadi pada perusahaan untuk penyusunan skripsi.

c. Bagi Pembaca.

Untuk memberikan informasi dan tambahan pengetahuan bagi pembaca yang akan mengadakan penelitian yang lebih lanjut.

### **1.5. Sistematika Skripsi.**

Untuk mempermudah pemahaman atas materi-materi yang dibahas dalam skripsi ini, maka berikut ini penulis akan menguraikan secara garis besar isi dari sistematika penulisan yang terdiri dari 5 bab yang pembahasannya sebagai berikut:

**Bab I : Pendahuluan.**

Dalam bab ini akan penulis uraikan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

## Bab 2 : Tinjauan Kepustakaan.

Dalam bab ini diuraikan tentang landasan teori yang dapat digunakan sebagai pijakan untuk pemecahan masalah, yaitu meliputi pengertian kualitas, layanan, kualitas layanan, kepuasan konsumen, faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan hipotesis.

## Bab 3 : Metode Penelitian.

Dalam bab ini berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis.

## Bab 4 : Analisis dan Pembahasan.

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

## Bab 5 : Simpulan dan Saran.

Dalam bab ini berisi simpulan dan saran sebagai masukan bagi perusahaan.