

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era bisnis yang kompetitif saat ini, mempertahankan pelanggan yang sudah ada ialah kunci kesuksesan bisnis. Sebagai pelaku bisnis harus memahami dengan jelas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli kembali produk atau menggunakan layanan serupa (Ghozali, 2018). Dalam beberapa dekade terakhir, dunia usaha telah mengalami perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang ditandai dengan kemajuan internet dan digitalisasi yang telah merubah cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pasar.

Bisnis kuliner banyak dicari oleh para pengusaha khusus pada usaha kue atau *cake*, karena selain menghasilkan keuntungan yang besar, pangan juga merupakan kebutuhan pokok atau primer setiap orang. Industri kuliner saat ini mempunyai potensi yang besar dan kreatif dalam pengelolaannya. Berbagai modifikasi dan inovasi dilakukan para pengusaha, mulai dari pola makan tradisional hingga pola makan modern. Hal itu merupakan sebuah strategi atau langkah untuk membuat pelanggan semakin tertarik dengan produk makanan kita. Menjalankan bisnis kue atau *cake* dikota mana pun tidaklah mudah karena banyak sekali pesaingnya (Ghozali, 2018).

Bagaimana kita bisa memastikan bahwa bisnis makanan kita tetap menjadi salah satu pilihan yang diimpikan setiap orang, Mengingat gaya hidup masyarakat saat ini yang serba mudah, hal ini menjadi peluang besar bagi para pengusaha makanan untuk menciptakan berbagai jenis makanan. Tentu saja hal ini tidak lepas dari banyaknya pesaing yang juga berbisnis di bidang kuliner khususnya usaha kue atau *cake*. Industri kuliner yang menguasai kinerja ekonomi kreatif merupakan industri yang persaingan komersialnya sangat ketat. Persaingan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Manusia saling bersaing untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik, persaingan terjadi untuk menciptakan tempat yang lebih baik. lebih sesuai bagi kehidupan manusia. Seperti halnya dalam bisnis, setiap aktivitas yang terjadi dalam bisnis merupakan sebuah kompetisi.

Perkembangan dan peningkatan pelayanan dibidang kuliner semakin meningkat setiap tahunnya. Perkembangan dan peningkatan usaha dibidang kuliner diwakili oleh

berbagai kompetisi kualitas pelayanan dan pembelian ulang dari banyak nya usaha yang ada (Sugiyono, 2020). Peranan pelaku usaha kuliner sangatlah penting bagi dunia usaha dibidang kuliner. Salah satu usaha kuliner yang sedang berkembang di Bengkalis adalah usaha Nii Kutchen *Bakery* .

Usaha Nii Kutchen *Bakery* merupakan usaha kue atau cake yang telah berdiri selama 5 tahun dan sangat berkembang pesat. Usaha ini juga banyak menyediakan berbagai kue yang pasti nya banyak diminati oleh para masyarakat terutama Bengkalis. Akan tetapi dari segi pelayanan, jumlah karyawan di toko Nii Kutchen *Bakery* masih kurang, terutama saat pelanggan datang dalam jumlah besar. Namun persaingan industri kue cake atau kuliner semakin ketat, sehinggaa usaha toko kue cake harus memiliki strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan bagi konsumen. Beberapa usaha kue *cake* di Bengkalis yang telah sukses adalah toko kue Nii Kutchen *Bakery* dan toko kue AK. yang membedakan dari toko kue ini adalah toko kue Nii Kutchen *Bakery* memiliki karyawan yang sedikit, yang harus menjalankan kedua tokonya. Hal ini membuat karyawan sulit dalam melayani konsumen dengan optimal. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat diperlukan agar karyawan dapat memberikan layanan yang baik dan tepat waktu. Di dalam usaha kuliner perlu diprioritaskan konsumen dan mengutamakan konsumen dalam aktivitas bisnis yang dilakukan sehingga pelanggan menjadi merasa puas dan nyaman.

Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur keberhasilan dalam menjamin kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu pelayanan, maka ia akan menjadi konsumen yang setia terhadap perusahaan penyedia jasa tersebut. Pelayanan yang berkualitas baik dapat diberikan bila perusahaan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan serta menerapkannya secara langsung dalam praktik. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suparman, 2022) bahwa kualitas pelayanan memiliki keyakinan terhadap respon dari pelanggan.

Peranan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terletak pada upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta pengaturan penyampaiannya sehingga dapat menyeimbangkan harapan konsumen. Memberikan pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen. Karakteristik kualitas pelayanan mempunyai banyak dimensi, termasuk daya tanggap (*responsiveness*). (Yudian, 2020) mengungkapkan dalam penelitian peranan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu yang sangat besar dalam pemasaran, jika tidak, kekecewaan pelanggan dalam pemberian layanan dapat menyebabkan kehancuran bisnis dimasa depan (Khotler, 2016). Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan dan *repeat order* pelanggan saling berkaitan. Artinya jika perusahaan berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan, maka *repeat order* pelanggan juga akan meningkat dan sebaliknya jika perusahaan atau unit bisnis tersebut mengurangi pelanggannya kepuasan dan kesetiaan. Secara otomatis akan berkurang, begitu juga dengan pelanggan akan berkurang. Dalam hal ini kepuasan pelanggan menjadi penyebab *repeat order* pelanggan (Khotler, 2016). Menurut (Susanto, 2021) kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *loyalitas* pelanggan.

Dalam persaingan bisnis, peran pembelian ulang pelanggan atau *repeat order* merupakan faktor mutlak dalam kelangsungan suatu bisnis. Dengan alat bauran pemasaran berupa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik, diharapkan variabel ini dapat menjadi pendorong kepuasan pelanggan yang lama kelamaan akan menciptakan atau meningkatkan basis pelanggan. Pada dasarnya bauran pemasaran dilakukan untuk menciptakan permintaan melalui *repeat order* pelanggan, yang dapat dipengaruhi oleh barang atau jasa (Aregawi, 2018).

Manfaat retensi pelanggan terletak pada pengurangan dampak serangan yang dilakukan pesaing bisnis sejenis, tidak hanya dari segi persaingan produk namun juga dari segi persepsi. *Repeat order* merupakan pemesanan kembali barang atau jasa yang sama dari pelanggan yang pernah melakukan pemesanan sebelumnya. Ini terjadi biasanya setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang sebelumnya diterima.

Responsiveness yang di terapkan dalam usaha makanan Nii Kutchen Bakery menjadi pilar utama dalam memberikan layanan yang berkualitas. Selalu siap untuk merespons setiap kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tanggap, baik itu memenuhi pesanan pelanggan, memberikan informasi tentang makanan, maupun menanggapi masukan serta keluhan pelanggan dengan perhatian yang baik. Kebanyakan konsumen akan mengurangi pembelian atau bahkan berpindah pemasok dari pada mengeluh. Oleh karena itu, peningkatan *responsiveness* di Nii Kutchen Bakery sangat penting dalam setiap aspek pelayanan. Dengan memiliki sistem yang efisien dan karyawan yang terlatih, toko ini dapat memastikan bahwa setiap pelanggan merasa dihargai.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Responsiveness* dan Kepuasan Pelanggan

Terhadap Pembelian Ulang Pada Usaha Nii Kutchen Bakery (Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkalis)”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang proposal penelitian rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan *responsiveness* dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang pada usaha Nii Kutchen Bakery (Studi Kasus Masyarakat Bengkalis)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan berikut,

tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian proposal skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *responsiveness* terhadap pembelian ulang di usaha Nii Kutchen Bakery pada masyarakat Bengkalis dan Bantan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang di usaha Nii Kutchen Bakery pada masyarakat Bengkalis dan Bantan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan *responsiveness* dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang Nii Kutchen Bakery pada masyarakat Bengkalis dan Bantan

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari manfaat untuk penulis, perusahaan/instansi, dan pihak lain.

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk menyelesaikan tugas akhir bagi penulis dan meningkatkan pengetahuan, pengalaman dan penulis dapat memperdalam pengalaman selama berada di bangku kuliah.

2. Manfaat Penelitian Bagi Perusahaan/instansi

Untuk usaha Nii Kutchen Bakery diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen terutama dari segi pelayanan dan *repeat order* pelanggan.

3. Manfaat Penelitian Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai sumber referensi dan menjadi sumber penelitian selanjutnya tentang kualitas responsiveness dan pembelian ulang (*repeat order*) pelanggan ada penelitian selanjutnya.

1.5. Sistematika Penulisan Laporan

Bab 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan latar belakang penelitian rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

Bab 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang diambil dari jurnal sebelumnya, serta teori-teori yang sesuai dengan pokok pembahasan pada penelitian ini.

Bab 3 : METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai berbagai metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, instrumen penelitian pengukuran skala, teknik pengolahan data, teknik analisis data, jenis penelitian, hipotesis, definisi konsep, dan definisi operasional.

Bab 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan hasil dan pembahasan setelah penulis melakukan penelitian berdasarkan data yang di peroleh melalui kuesioner.

Bab 5 : PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang akan disampaikan oleh penulis