

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia adalah makhluk yang haus akan kepuasan dan berbagai kebutuhan yang tidak dapat berhenti untuk terpuaskan. Kepuasan inilah yang menjadi sifat alami manusia dimana mereka selalu mencoba untuk mengejar tingkat kepuasan yang lebih terutama bagi kebutuhan dirinya sendiri. Tidak dipungkiri lagi bahwa kepuasan yang tidak terbatas ini memberikan kesempatan bagi industri ataupun suatu bisnis untuk memanfaatkan sifat alami manusia ini untuk mendapatkan keuntungan, akan tetapi ini dapat menjadi pisau bermata dua yang dapat menghancurkan suatu bisnis. Ironis memang melihat kenyataan persaingan untuk mencapai kepuasan ini, namun disetiap kesempatan yang besar terdapat pula resiko besar yang mengikutinya.

Memenuhi kepuasan tidaklah semudah membalikkan telapak tangan, nyatanya menghadapi manusia yang dalam tiap individunya yang memiliki berbagai kepribadian dan tingkat kepuasan yang berbeda bukanlah hal yang mudah. Berbicara mengenai tingkat kepuasan pada suatu bisnis merupakan hal kritis yang harus dapat ditangani. Keberhasilan bisnis bergantung pada konsumen yang mereka layani tanpa terkecuali baik itu merupakan jasa ataupun produk. Namun kegagalan dalam pelayanan ini seringkali tidak dapat dihindari baik itu akibat dari kesalahan manusia ataupun bukan manusia (Kau & Loh, 2006).

Kebanyakan orang mempunyai ekspektasi atau harapan akan pelayanan yang lebih baik namun tidak sesuai dengan apa yang mereka terima atau dapatkan dari perusahaan. Hasilnya jelas dengan munculnya ketidakpuasaan dan keluhan yang akan mendasari timbulnya perilaku keluhan konsumen. Saat konsumen menyampaikan keluhan jelas bahwa itu merupakan ekspresi dari ketidakpuasaan, namun pada saat yang bersamaan, muncul kesempatan yang dapat dimanfaatkan dari manajemen perusahaan untuk dapat menanggapi sebagai bagian dari mengurangi ketidakpuasaan dan memperkuat posisi usaha bisnis ini secara berkelanjutan. Namun tanpa adanya *feedback* yang diberikan konsumen,

manajemen tidak akan sadar dengan permasalahan dan tidak akan dapat meningkatkan performa perusahaan dan yang paling penting perusahaan dapat mengatasi keluhan dan menjaga keberadaan konsumennya ( Phau dan Sari, 2004).

Oleh sebab itu, pemulihan layanan dapat menjadi jalan terbaik dalam mengatasi permasalahan ini. Perusahaan dapat menggunakan pemulihan layanan sebagai cara untuk dapat membangun kembali hubungan dengan konsumen yang dimana dapat memberikan jaminan bagi perusahaan untuk mempertahankan keberadaan konsumen (Ellyawati *et al*, 2012). Namun yang menjadi permasalahan adalah pribadi dari setiap manusia secara individu berbeda antara satu sama lain yang dimana hal ini menyebabkan adanya variabel yang menyebabkan keluhan dari konsumen berbeda antara satu sama lainnya (Leifed *et al.*, 1975; Tronvoll, 2006). Meskipun konsumen tidak melakukan keluhan bukan berarti bahwa mereka puas dan itu akan menjadi tugas bagi perusahaan untuk dapat menemukan solusi yang tepat terkait dengan masalah tersebut.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya banyak membahas permasalahan pemulihan layanan. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk mengkaji lebih lanjut permasalahan pemulihan pelayanan pada restoran yang diakibatkan oleh kegagalan layanan. Apakah konsumen sudah mendapatkan pemulihan layanan sesuai yang diharapkan? Seberapa besar keadilan pemulihan layanan mempengaruhi tingkat kepuasan yang kemudian berdampak kepada kesetiaan konsumen akan diteliti pada penelitian ini.

## 1.2 Rumusan Masalah

Kegagalan layanan bagi perusahaan dapat menjadi indikator baik-buruknya kualitas layanan perusahaan. Perusahaan menggunakan pemulihan layanan sebagai sarana untuk memperbaiki hubungan dengan konsumen. Namun tidak semua pemulihan layanan dapat diterima oleh konsumen, maka dari itu rumusan masalah yang dapat dikemukakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara keadilan distributif terhadap tingkat kepuasan pemulihan layanan?
2. Bagaimana pengaruh antara keadilan prosedural terhadap tingkat kepuasan pemulihan layanan?
3. Bagaimana pengaruh antara keadilan interaksional terhadap tingkat kepuasan pemulihan layanan?
4. Bagaimana pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas?
5. Bagaimana pengaruh antara kepuasan terhadap getok tular?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pemulihan layanan dalam terhadap tingkat kesetiaan konsumen
2. Untuk mengetahui tingkat pengaruh persepsi keadilan terhadap tingkat kepuasan pemulihan layanan

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

### 1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada para perusahaan ataupun industri bisnis baik jasa maupun produk untuk dapat menyesuaikan strategi pelayanan dan memperbaiki pelayanan agar dapat memasarkan produk ataupun jasa lebih baik kepada para konsumen

### 2. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan persepsi keadilan dalam membantu pemulihan layanan yang lebih baik terutama dalam sektor jasa

## 1.5 Batasan Penelitian

1. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah : keadilan distributif, keadilan prosedural, dan keadilan interaksional (Ellyawati *et al.*, 2012).
2. Konsumen dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pengaduan terhadap kegagalan layanan dan telah menerima pemulihan layanan dari restoran terkait.
3. Responden akan dipilih berdasarkan kategori konsumen yang pernah merasakan kegagalan layanan di sebuah restoran sejumlah 270 orang.
4. Guna membatasi objek penelitian dalam penelitian ini, penulis menentukan kategori restoran agar penelitian dapat terfokus. Adapun kategori yang digunakan adalah *canteen*, *intavern*, *specialty restaurant* dan *family* restoran. Alasan pemilihan ini dengan pertimbangan bahwa kategori restoran ini merupakan kategori dengan tingkat keterjangkauan berdasarkan faktor harga dan banyaknya penyebaran lokasi rumah makan.

## 1.6 Definisi Operasional

1. Menurut Marsum A.W (2005; dalam Aditama, 2011), restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang di organisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum.
2. Kelompok kategori restoran yang termasuk dalam penelitian berdasarkan Marsum A.W (2005; dalam Aditama, 2011) ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1. Jenis – Jenis Restoran**

Jenis Restoran	Keterangan
Canteen	Merupakan tempat makan dan minum yang menyajikan berbagai makanan-makanan instan dengan harga yang terjangkau
Intavern	Restoran kecil di pinggiran kota yang biasanya menyuguhkan makanan cepat saji dan minuman kopi
Specialty Restaurant	Merupakan tempat untuk makan dan minum yang memiliki tema khusus atau kekhususan menu masakan yang akan disajikan dan biasanya memiliki cita rasa yang berbeda dengan restoran lain
Family restaurant	Merupakan restoran sederhana untuk makan dan minum keluarga atau rombongan dengan harga yang tidak mahal serta menyuguhkan suasana nyaman dan santai

Sumber: Marsum A.W, 2005; dalam Aditama, 2011 dengan penyesuaian