

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, karena hal ini menuntut sebuah perusahaan agar memaksimalkan kinerja perusahaan, yang nantinya ketika dilaksanakan mampu bersaing dipasar. Perusahaan atau pebisnis harus mampu memahami akan kebutuhan dan keinginan para pelanggan/konsumennya. Oleh karena itu perusahaan harus menyusun strategi yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang sehat, agar memaksimalkan akan suatu bisnisnya dengan baik dan benar.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang makanan atau dikenal istilah kuliner. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama, akan tetapi harga dan pelayanan beranekaragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen/pelanggan untuk mengkonsumsi produk, jasa, pelayanan, harga dan biaya, untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para pelanggan/ konsumen agar dapat terpenuhi, serta dapat bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan

pelayanan terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli. Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan /konsumen.

Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau pengenalan produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.¹ Kepuasan atau tidak puasnya pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan atau diperolehnya. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka harus mampu memenuhi harapan pelanggan agar mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan/ konsumen.

Permintaan dan kebutuhan pelanggan harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan tentunya akan dilakukan dengan cara menguntungkan atau bersifat dimana kedua belah pihak merasa senang tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang

¹ Kasmir, *Kewirausahaan*.(Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2008),hlm,171.

sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelangganya tersebut untuk tetap berjalan suatu bisnis atau usaha.² Bidang usaha pelayanan jasa makanan atau rumah makan adalah salah satu dari berbagai jenis usaha yang sangat diminati oleh pengusaha saat ini. Peningkatan jumlah rumah makan di berbagai daerah menimbulkan persaingan yang sangat ketat dan kuat.

Semakin banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produknya, harga produknya, kualitas pelayanan yang ada di resto-resto tersebut, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya/pelangganya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya yang ada di rumah makan tersebut, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelangganya tergantung pada kualitas produk yang terbaik, harga yang higienis dan terjangkau serta emosional yang baik dalam menilai dan kualitas pelayanan yang terbaik pula, memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap

²Philip Kotler, P. Manajemen Pemasaran Jilid 1. (Terjemahan Bob Sabran). Cetakan Ketigabelas, Edisi asli oleh *Pearson Education Inc. New Jersey Upper Saddle River*. (Jakarta: Erlangga, 2009) Hlm. 31 - 40

perusahaan. harga murah adalah sumber kepuasan yang penting, karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.³

Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Oleh karena itu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan biaya merupakan faktor penting yang berperan dalam suatu bisnis kuliner, agar dapat terbentuknya suatu kepuasan bagi konsumen /pelanggan.

Maka dari itu peneliti tertarik mengambil penelitian di John's Resto dengan judul diatas karena kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan biaya merupakan strategi bagi perusahaan rumah makan supaya dapat memenuhi keinginan, kebutuhan, kepuasan pelanggan.

³Handi Irawan D, *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*. (Jakarta: Elexmedia Komputindo,2002), hlm,37.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut:

Semakin ketatnya persaingan bisnis makanan/minuman yang disebut kuliner antara rumah makan dan restoran-restoran yang menawarkan banyak produk-produk makanan dan minum yang beranekaragam macamnya. Sehingga kualitas produknya, kualitas pelayanannya, yang diberikan ke pelanggan harus semakin di tingkatkan kualitasnya dari segi jenis produknya, pelayanannya, segi harga, tampilan menu makanan/minumannya, fasilitasnya, dan lain-lain. Terutama yang menjadi produk unggulan semisal fasilitas lengkap dan penataan ruangan restorannya yang unik, yang tidak pernah dimiliki oleh restoran dan rumah makan lainnya. Sehingga akan membuat pelanggan nyaman. Jadi dari pelayanan yang tersedia di restoran tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan di Restoran John's Resto?
2. Apakah ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran John's Resto?
3. Apakah ada pengaruh secara signifikan antara Harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran John's Resto?

4. Apakah ada pengaruh secara signifikan antara Biaya terhadap kepuasan pelanggan di restoran John's Resto?
5. Apakah terdapat pengaruh yang Bersama-sama antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Biaya terhadap kepuasan pelanggan di restoran John's Resto?
6. Variabel mana yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di John's Resto?

D. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji apakah ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan di Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.
2. Untuk menguji apakah ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.
3. Untuk menguji apakah ada pengaruh secara signifikan antara Harga terhadap kepuasan pelanggan di Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.
4. Untuk menguji apakah ada pengaruh secara signifikan antara Biaya terhadap kepuasan pelanggan di Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.

5. Untuk menguji apakah ada pengaruh yang bersama-sama antara Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, Harga dan Biaya terhadap kepuasan pelanggan di Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.
6. Untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini antara lain dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis antara lain:

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih pemikiran yang dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang perilaku konsumen, khususnya tentang kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Praktis

- a) Bagi pihak Restoran John's Resto ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pihak perusahaan didalam mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan biaya terhadap kepuasan pelanggan pada John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.

- b) Bagi pihak akademik diharapkan dapat memberikan sumbangsih yang dapat digunakan perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung dalam bidang Ekonomi Syariah.
- c) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau acuan sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.
- d) Bagi Peneliti Penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari kepuasan pelanggan didalam bisnis untuk diterapkan kedepan.

F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Variabel yang digunakan terdiri dari lima variabel yaitu:
 - a) Variabel bebas meliputi: Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), dan Biaya (X4).
 - b) Satu variabel terikat, Y adalah Kepuasan Pelanggan/Konsumen.

2. Keterbatasan

- a) Karena keterbatasan waktu dan biaya dalam penelitian ini maka, peneliti hanya mengambil sampel konsumen atau pembeli di John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.
- b) Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuesioner.
- c) Peneliti ini hanya meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, Harga, dan Biaya terhadap kepuasan pelanggan di John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan di John's Resto Sumber Gempol Tulungagung” adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk (X1) Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat.⁴

⁴ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Indeks, 2006). hlm,49

- b. Kualitas Pelayanan (X2) Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.
- c. Harga (X3) Harga adalah sejumlah nilai (dalam bentuk mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa.⁵
- d. Biaya (X4) Biaya atau cost adalah nilai pengorbanan yang dilakukan (manfaat yang di berikan) untuk mendapatkan barang dan jasa, dapat diukur dalam rupiah dengan reduksi aktiva.⁶
- e. Kepuasan Pelanggan (Y) Kepuasan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁷

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Biaya terhadap kepuasan pada John's Resto Sumber Gempol Tulungagung. Pada penelitian, obyek yang diteliti terdiri dari 4 Variabel *independent* dan 1 variabel *dependen*. Yang mana X1

⁵Kasmir, *Kewirausahaan*., hlm, 175.

⁶ Samryn A., J., Amin, *Analisis Biaya, Edisi II* (Jogyakarta: Salemba Empat, 1993) Hlm, 7

⁷Kotler dan Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2001), Hlm. 9.

adalah Kualitas Produk, X2 adalah Kualitas Pelayanan, X3 adalah Harga, X4 adalah Biaya dan Y adalah kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk atau jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan tamu restoran atau melebihi ekspektasi tamu.

H. Sistematika Pembahasan Skripsi

Dalam penulisan penelitian ini, Sistematika pembahasan skripsi disajikan dalam 6 (enam) bab, dan setiap babnya terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. Sehingga sistematika pembahasannya dapat diketahui sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan terkait dari Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan/Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, Penegasan istilah dan Sistematika Pembahasan.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang penjabaran terkait Diskripsi/dasar Teori, yang digunakan untuk penelitian, adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti Pemasaran, Kualitas Produk, kualitas pelayanan, harga, biaya dan Kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu

sebagai pembandingan dalam penelitian ini, kerangka berfikir penelitian dan hipotesis penelitian dibagian akhir bab.

3. BAB III :METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan terkait yang terdiri dari Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian, Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran, Teknik Pengumpulan data dan Instrument penelitian serta Analisis Data.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis membahas tentang analisi/eskripsi data dan pembahasan yang menjelaskan apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Biaya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang tertera dalam data hasil penelitian dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.

5. BAB V : PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti, jumlah dari pembahasan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti.

6. BAB VI :PENUTUP

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.