

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, banyaknya persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan harus merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Bisnis adalah tindakan yang tidak dapat dipisahkan dari keberadaan manusia. Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan menghadapi persaingan saat ini adalah bisnis makanan atau biasa disebut bisnis kuliner. Persaingan yang semakin ketat ini ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang memproduksi produk serupa namun dengan biaya dan pelayanan yang berbeda. Oleh karena itu, pelaku bisnis makanan diarahkan untuk memikirkan sistem yang dapat mendorong pembeli untuk membeli produk/makanan yang ditawarkan sehingga mereka dapat bersaing dan mengalahkan pesaing mereka.² Para pelaku usaha makanan harus terus meningkatkan inovasi-inovasi baru, dan menawarkan produk yang terbaik

² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal.171

kepada pelanggan sehingga pembeli senang dengan produk yang mereka beli.

Untuk memenangkan persaingan ini, para pelaku bisnis harus memiliki pilihan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pembeli/konsumen. Dalam hal ini untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam mengatur pemasaran, pasar untuk memenuhi pemenuhan pembeli dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Kunci utama bagi para pebisnis untuk memenangkan persaingan ini adalah dengan menawarkan beberapa nilai-nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui kualitas produk baru atau mengeluarkan produk-produk baru dan meningkatkan pelayanan yang berkualitas tinggi dan bagus dengan harga yang bersaing dengan yang lebih murah.³ Dalam lingkungan yang semakin serius saat ini, fokus pada kepentingan pembeli/konsumen lebih baik dengan berfokus pada kebutuhan dan keinginan mereka dan memenuhi dengan pelayanan yang berkualitas adalah komponen dan kunci keberhasilan dalam membangun bisnis sekarang ini.

Oleh karena itu, pelaku usaha harus memberikan hal-hal yang bernilai dengan memberikan kepuasan kinerja yang sesuai dengan kualitas produk, fasilitas, kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha. kualitas pelayanan itu sendiri khususnya sebagai strategi profit untuk menarik pelanggan baru untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada,

³ *Ibid.*, hal. 171

untuk mempertahankan konsumen harus menciptakan keunggulan terutama pada produk yang dijualnya.

Kepuasan konsumen secara umum sudah menjadi kebutuhan yang diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis, khususnya bisnis dalam bidang kuliner dalam menjalankan bisnis. Saat ini, banyak para pelaku bisnis makanan semakin memahami pentingnya kepuasan konsumen dan menciptakan kepuasan untuk memenuhi konsumen/pelanggan. Menurut Mowen dan didefinisikan kepuasan konsumen adalah sikap yang diungkapkan oleh konsumen dengan membuat penilaian setelah mendapatkan dan mengonsumsi suatu barang atau jasa. Persaingan yang begitu ketat sehingga setiap perusahaan harus saling bersaing untuk memuaskan konsumen.⁴

Kepuasan konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan, khususnya usaha dalam bidang kuliner. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka konsumsi. Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi yang disampaikan oleh konsumen yang merasa puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang bisnis yang dijalankan sekarang ini.⁵

⁴ John C Mowen & M. Minor, *Perilaku Konsumen Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal 89

⁵ Daryanto & I. Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media,2014), hal 39-40

Kepuasan konsumen merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan yang sedang dijalani pada saat ini.⁶ Dengan memperhatikan kepuasan konsumen, maka perusahaan akan dapat mempertahankan keberadaannya.⁷ Hal tersebut akan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan, tak terkecuali usaha dalam bidang kuliner.

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang unik karena kepuasan konsumen bersifat dinamis. Tingkat kepuasan seseorang terhadap suatu barang atau jasa dari waktu ke waktu selalu berubah-ubah. Kebutuhan dan keinginan serta harapan tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya, begitu pula tingkat kepuasan konsumen selalu berubah-ubah, tergantung dari kondisi internal dan eksternal yang melekat pada konsumen itu sendiri.

Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen menurut Daryanto dan Setyobudi di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Diharapkan para pemilik usaha, khususnya dalam bidang kuliner, benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut.⁸ Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan.

⁶ Assauri S, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 11

⁷ Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid1 Edisi Keduabelas*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal.140

⁸ Daryanto, & I. Setyobudi, *Konsumen.*, hal.53-54

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar.

Menurut Kotler kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk merangsang konsumen. Perusahaan dengan kualitas produk yang paling baik akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi lebih akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah artinya konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan kualitas yang baik.⁹

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pengalaman konsumen dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali

⁹ Philip Kotler & Armstrong, *Dasar-dasar pemasaran*., hal. 354

atau tidak. Oleh karena itu, pemain usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan pelanggan, haruslah cepat ditanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan pelanggan tersebut.¹⁰

Selain pada kualitas produk fasilitas merupakan faktor penting dalam berlangsungnya bisnis usaha makanan. Fasilitas sumber daya fisik harus di terapkan sebelum dapat memberikan pelayanan terhadap konsusmen, misalnya fasilitas yang disediakan seperti tempat duduk, meja, toilet, tempat parkir yang luas.

Selain fasilitas kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam berlangsungnya usaha rumah makan. Para pelaku usaha harus mengutamakan pelayanan yang berkualitas tinggi agar bisa berdampak pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan ini merupakan upaya untuk menciptakan kenyamanan bagi konsumen rumah makan bunga lado Tulungagung ini, sehingga konsumen bisa merasa memiliki nilai dari yang di harapkannya. Konsumen merupakan faktor terpenting dan kualitas pelayanan yang lebih dekat dengan kepuasan pelanggan akan memberikan lebih banyak harapan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan maka akan secara tidak langsung kepuasan pada konsumen akan bisa terwujud.

¹⁰ Assauri S, Strategic Marketing., hal. 167

Kualitas pelayanan juga harus diperhatikan, ketika apa yang diinginkan oleh konsumen tidak sesuai maka konsumen tersebut tidak akan mau untuk kembali lagi mengkonsumsi barang tersebut. Pelayanan ini merupakan salah satu syarat dalam kesuksesan berbisnis. Kualitas pelayanan ini dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan dalam sebuah perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat untuk mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah dalam perusahaan lainnya.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.¹¹ Menurut Irawan, pelanggan akan puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.¹²

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang pada produk tersebut.

¹¹ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung:PT. Refika Aditama:2012) ,hlm.83

¹² *Ibid.* Hal 83

Selain kualitas pelayanan harga merupakan faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi penjualan. Banyak pengusaha bangkrut karena harga yang tidak sesuai/ tidak cocok. Harga ini harus tetap sesuai dengan keadaan ekonomi konsumen agar konsumen juga dapat membeli produk tersebut. Bagi konsumen harga menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga produk akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk yang dibelinya.

Harga merupakan apa yang harus diberikan oleh konsumen (pembeli) untuk mendapatkan suatu produk. Harga adalah sejumlah nilai (dalam bentuk mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya suatu produk atau jasa yang ditawarkan.¹³ Menurut Irawan, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.¹⁴

Konsumen lebih cenderung memilih harga yang relatif terjangkau, tetapi harga yang rendah belum tentu menghasilkan kualitas yang buruk. Oleh karena itu, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Maka, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Jika perusahaan

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan*., hal.175.

¹⁴ Handi Irawan D, *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*.(Jakarta: Elexmedia Komputindo,2002),hlm.37.

memproduksi produk yang berkualitas tinggi, pasti akan memberikan keuntungan di bandingkan perusahaan memproduksi produk dengan kualitas yang rendah. Kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan, pelanggan akan puas setelah membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas produk baik.¹⁵

konsumen pasti akan bersedia membeli produk jika harganya relatif terjangkau dan kualitasnya bagus. Oleh karena itu, membeli produk yang berkualitas dengan harga yang relatif terjangkau pasti akan berdampak pada kepuasan konsumen. Karena harga ini juga berperan penting dalam mentransmisikan kualitas produk.

Dalam perkembangan saat ini kebutuhan makanan dengan berbagai bentuk dan rasa telah dijadikan sebagai sarana usaha untuk mencari penghasilan. Oleh karena itu, berbagai jenis bentuk dan rasa makanan telah banyak ditawarkan oleh para pelaku ekonomi yang bergerak dalam industri makanan dan minuman, sehingga tingkat konsumsi masyarakat akan makanan mengalami peningkatan.

Masing-masing bisnis kuliner yang berupa warung makan banyak sekali menyediakan berbagai sajian makanan, kualitas produk yang berbeda-beda, suasana rumah makan, serta pelayanan yang diberikan untuk itu akan memberikan rasa nyaman dan puas kepada para konsumen. Setiap warung memberikan karakteristik tersendiri apa yang mereka tawar dapat diterima oleh semua konsumen baik kalangan menengah atau kalangan atas.

¹⁵ Handi Irawan D, Sepuluh Prinsip., hal,37.

Sehingga akan membedakan antara warung makan lainnya. Pada penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian pada Warung Makan Bunga Lado Tulungagung.

Rumah makan bunga lado ini beralamat di Desa Karangrejo Kecamatan Karangrejo. Untuk lokasi pada usaha rumah makan bunga lado ini berada pada tempat yang cukup strategis dijangkau bagi konsumen. Bisnis rumah makan padang memang banyak didominasi oleh orang asli padang. Tetapi saat ini bisnis warung makanan Padang tidak selalu didominasi oleh orang asli Padang. Seperti halnya sekarang banyak orang-orang yang meminati pada nasi padang. Banyak pula para pekerja kantoran, pelajar, masyarakat sekalipun banyak yang menyukai masakan padang ini. Karena khasannya dan bumbu rendang, kuah santan yang membuat lahap saat makan adalah salah satu daya tarik dari masakan Padang. Tak hanya soal pedas dan kemantapan dari sambal Padang beragam jenis masakan pun dengan gampang bisa kita dapatkan, seperti rendang, nasi ayam, nasi ikan laut, ikan asam pedas, perkedel kentang, daun singkong, telur dadar padang.

Yang menjadi pembeda rumah makan padang bunga lado ini dengan rumah makan padang lainnya yaitu dari segi rasanya rumah makan ini sedikit ada sentuhan masakan jawanya tidak hanya masakan padang saja agar konsumen yang tidak suka dengan masakan padang bisa juga untuk membelinya dan rumah makan bunga lado ini bisa terus berkembang dalam masakan padang dan masakan jawanya

Seiring berjalannya waktu sekarang ini beberapa lokasi usaha rumah makan telah banyak berdiri sehingga mengakibatkan sebagai keputusan konsumen untuk menentukan rumah makan tertentu yang untuk dikunjunginya. Para pengusaha rumah makan berusaha untuk memenuhi kreterian untuk bahan pertimbangan para konsumen baik itu dalam kualitas produk, fasilitas, pelayanan dan harga sehingga para pengusaha dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi produk, sehingga berdasarkan latar belakang tersebut mengangkat topik "**Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung**"

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk, fasilitas, pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung ?

5. Apakah kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, fasilitas, pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung
3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung

D. Kegunaan Penelitian

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

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan antara teori-teori tentang perilaku konsumen, khususnya pada kepuasan konsumen.

2. Kegunaan praktis

a. Bagi pihak rumah makan

Diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pihak perusahaan didalam mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bunga lado Tulungagung.

b. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memahami tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

c. Bagi konsumen

penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan tambahan informasi kepada konsumen dalam membeli di rumah makan bunga lado Tulungagung

d. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi sekaligus untuk pengembangan penelitian yang akan datang.

E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Variabel yang digunakan terdiri dari tiga variabel yaitu :

- a. Variabel bebas meliputi : Kualitas Produk (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), Harga (X_4).
- b. Satu variabel terikat, Y adalah Kepuasan Konsumen/ pelanggan.

2. Keterbatasan

- a. Karena keterbatasan waktu dan biaya dalam penelitian ini maka, penelitian hanya mengambil sampel konsumen atau pelanggan yang membeli di rumah makan bunga lado Tulungagung.
- b. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.
- c. Penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bunga lado pengaruh kualitas harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bunga Lado Tulungagung” adalah sebagai berikut :

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri seta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.¹⁶

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks,2006), hal.49

b. Fasilitas (X_2)

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan untuk digunakan dan dinikmati oleh pengunjung selama menggunakan jasa layanan sehingga pengunjung merasa lebih nyaman.

c. Kualitas Pelayanan (X_3)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk bisa memenuhi keinginan pelanggan.

d. Harga (X_4)

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.¹⁷

e. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.¹⁸

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas produk, fasilitas, pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan bunga lado Tulungagung. Pada penelitian obyek yang diteliti terdiri dari 4 variabel *independen* dan 1

¹⁷ William J. Stanto, *Prinsip Pemasaran, Edisi 7*, (Jakarta: Erlangga, 1989), hal.308

¹⁸ Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta:A Mara Books, 2008), hal.116

variabel *dependen*. Yang mana X_1 adalah kualitas produk, X_2 adalah Fasilitas, X_3 adalah kualitas pelayanan, X_4 adalah harga dan Y adalah kepuasan konsumen.

G. Sistematika Penulisan 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 sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti pemasaran, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu sebagai pembanding dalam penelitian ini, kerangka berfikir penelitian dan hipotesis penelitian dibagian akhir bab.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

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

BAB VI PENUTUP

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