

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman sekarang, persaingan kuliner tidak hanya terbatas di wilayah saja tapi sudah secara global sehingga menyebabkan semakin banyak rumah makan yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Pemilik rumah makan harus berusaha keras untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi pemilik rumah makan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan pada suatu produk maupun jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang didapat, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk membandingkan produk dan layanan yang dialami terhadap pesaing. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan begitupun sebaliknya.

Berjalannya waktu, usaha di bidang makanan mempunyai kecenderungan terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya ini didasari oleh makanan merupakan kebutuhan pokok penting manusia. Hal ini mendefinisikan bahwa sandang, pangan dan papan merupakan kebutuhan dasar manusia, atau ditingkatan kebutuhan yang

paling dasar. Permintaan pangan yang terus meningkat karena merupakan kebutuhan atau sumber pangan dasar manusia berimbas terhadap peningkatan penawaran makanan. Oleh karena itu, usaha dibidang makanan juga selalu meningkat dan berkembang seiring berjalannya waktu. Meningkatnya produk terutama makanan yang beredar di pasar kini sudah terlalu banyak dan tidak dapat dihindari lagi terjadinya persaingan yang sangat ketat di antara pengusaha di bidang makanan dalam merebut kepercayaan pelanggan yang lebih besar. Pengusaha di bidang makanan berupaya untuk menarik dan mendapatkan pelanggan yang banyak untuk meningkatkan laba sehingga dengan hal ini suatu produk makanan diharapkan dapat menjadi yang terdepan diantara produk-produk lainnya. Hal ini sangat penting karena keberhasilan usaha di bidang makanan sangat ditentukan oleh pengusaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sangat menentukan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas maupun kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan hasil yang dirasakan suatu produk dengan harapan pelanggan merasa puas. Perasaan puas atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri pelanggan melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan. Faktor kualitas produk, harga dan lokasi menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan yang diperoleh oleh pelanggan setelah melakukan pembelian kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi pihak pemilik rumah makan, karena jika pelanggan puas

maka harapan pelanggan akan membeli lagi produk yang ditawarkan.² Pelanggan cenderung membeli produk yang memiliki kualitas produk yang baik, harga terjangkau, dan lokasinya yang strategis serta dekat dengan pusat perbelanjaan yang dapat menjangkau pelanggan. Meningkatnya kepuasan pelanggan tidak hanya disebabkan oleh pelayanan yang baik, tapi harga juga menjadi faktor yang meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan pendapatan dalam perusahaan.

Tabel 1.1
Daftar Pesaing Rumah Makan Rumadi Joyo yang berada di Krian
Sidoarjo

NO	Nama Pesaing	Alamat
1.	Rumah Makan Depot Mila	Jl. Sidodadi, Kemangsen, BalongBendo, Sidoarjo
2.	Rumah Makan D'IS	Jl. Taman Pinang Indah, Lemahputro, Kec. Sidoarjo
3.	Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur	Jl.Taman Pinang Indah, Lemahputro, Kec. Sidoarjo

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat jelas bahwa tingkat pesaing bisnis rumah makan di daerah Krian Sidoarjo cukup banyak. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar Rumah Makan Rumadi Joyo tetap maju dan terus meningkat, pihak pengelola Rumah Makan Rumadi Joyo perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam menjalani bisnis ini. Pengelola harus berfikir seperti pelanggan agar dapat mengetahui kebutuhan

² Martina Rahmawati dkk. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Pecak Bandeng Sawah Luhur*”. Jurnal Ekonomi Vokasi: Vol.03, No.02, Juli 2020, hal.27.

pelanggan, sehingga pelanggan akan terpuaskan oleh produknya.³

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan pemilik rumah makan, selain faktor penting memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Menciptakan pelanggan baru tidak cukup, Pemilik rumah makan harus mengembangkan produk dan layanan yang memenuhi keinginan pelanggan untuk memberikan kepuasan. Jika pelanggan tidak puas, usaha makanan tidak akan dapat menghasilkan pendapatan untuk memenuhi biaya dan untuk mendapatkan pengembalian modal yang layak. Pelanggan yang puas bukan berarti hanya membeli produk karena sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan akan memberikan rekomendasi pada orang-orang terdekat, ini berarti produk akan lebih dikenal banyak orang.⁴

Kepuasan pelanggan dan pelayanan saling berintegrasi satu sama lain. Dalam dunia bisnis harus memiliki pelanggan yang loyal caranya dengan memberikan pelayanan yang baik dan menarik agar dapat memuaskan kebutuhan pelanggan sehingga dapat terciptanya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan itu kita dapat mengetahui keluhan yang dirasakan oleh pelanggan baik atau buruk terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam menciptakan kepuasan pelanggan hal penting yang harus di perhatikan oleh

³ Nurul hidayah. *Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di Kabupaten Bulukumba*. (Skripsi 2019). hal 5

⁴ Dr. Meithiana Indrasari. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. 2019. hal 82.

produsen adalah tentu harga, lokasi dan fasilitas yang berguna sebagai salah satu penunjang dari terciptanya kepuasan pelanggan tersebut.

Masalah yang terjadi pada Rumah Makan Rumadi Joyo yakni : Terlalu banyak pesaing rumah makan lain sehingga membuat Rumah Makan Rumadi Joyo ini sepi pelanggan atau tidak terlalu ramai pelanggan, beda dengan rumah makan pesaing lainnya yang cukup ramai pengunjung dan mungkin itu terjadi karena faktor harga, lokasi maupun fasilitas yang diberikan.

Sekian banyaknya rumah makan yang ada di daerah krian sidoarjo, salah satunya adalah Rumah Makan Rumadi Joyo. Rumah makan ini didirikan pada tahun 1995 dan sudah memiliki banyak cabang namun dengan beda-beda nama rumah makan. Rumah Makan Rumadi Joyo menyediakan berbagai menu-menu makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau, yang paling menarik adalah di makanannya karena terdapat banyak varian menu yang membuat pelanggan lain ingin mencoba dan menikmati makanan yang ada di Rumah Makan Rumadi Joyo dan lokasi menuju rumah makan rumadi joyo juga mudah dijangkau dapat membuat pelanggan merasa puas. Pemilik Rumah Makan Rumadi Joyo berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan pelanggan, baik itu harga, fasilitas dan pelayanannya sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Alasan peneliti mengambil judul ini karena ingin mengetahui seberapa banyak tingkat kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Rumadi Joyo ini. pelayanan di rumah

makan ini baik dan bisa membuat pelanggan mungkin akan tertarik dengan pelayanannya karena pelanggan akan cenderung memberikan nilai plus bagi pihak rumah makan karena telah memberikan pelanggannya pelayanan yang baik.⁵

Berdasarkan uraian tersebut, bisa dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan bisa disebabkan dari berbagai faktor mencakup :harga, lokasi, dan fasilitas. Dari latar belakang tersebut, sehingga permasalahan pada penelitian ini untuk menerangkan seberapa besar **“Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Harga memiliki peran penting terhadap kepuasan pelanggan, karena beberapa pelanggan menganggap harga produk di Rumah Makan Rumadi Joyo murah namun ada beberapa pelanggan yang menganggap harga produk tergolong tinggi. Dengan demikian strategi penetapan harga yang tepat harus dilakukan pihak Rumah Makan Rumadi Joyo agar meningkatkan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Rumadi Joyo.

⁵ Nurul hidayah. *Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di kabupaten Bulukumba*. (Skripsi 2019). hal 3-9.

2. Lokasi, meskipun lokasi di Rumah Makan Rumadi Joyo ini termasuk lokasi yang cukup strategis namun lahan yang dibuat parkir terbatas dan membuat pelanggan merasa kurang nyaman.
3. Fasilitas memiliki peran yang penting terhadap kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan nyaman ketika memilih tempat kuliner dengan fasilitas yang memadai dan membuat pelanggan puas dengan fasilitas yang telah diberikan pihak Rumah Makan Rumadi Joyo.
4. Kepuasan Pelanggan merupakan faktor yang penting untuk pihak Rumah Makan Rumadi Joyo, mungkin dari beberapa pelanggan beranggapan tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Rumadi Joyo masih kurang optimal dan membuat pelanggan merasa kurang nyaman. Dengan demikian strategi kepuasan pelanggan yang tepat harus dilakukan semua pihak Rumah Makan Rumadi Joyo agar pelanggan merasa puas dengan apa yang sudah diberikan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo?
2. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo?

3. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo?
4. Apakah harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti dalam melakukan penelitian, yakni untuk menguji :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui dan membuktikan harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat dalam dua aspek yaitu:

1. Manfaat secara teoritis

Diharapkan peneliti ini dapat memberikan tambahan informasi dan bahan kajian tentang pemasaran. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang berminat meneliti permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.

2. Manfaat secara praktis

- a. Sebagai sarana mengaplikasikan ilmu yang di dapat diperkuliahan terutama dibidang pemasaran mengenai pengaruh harga , lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dan bahan perbandingan antara teori yang didapat di perkuliahan dengan praktik nyata dalam perusahaan.
- b. Menambah wawasan yang lebih luas melalui penelitian pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan rumah makan rumadi di krian.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi :
 - a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu :
 - 1) Tiga variabel bebas, $X_1 = \text{Harga}$, $X_2 = \text{Lokasi}$, $X_3 = \text{Fasilitas}$
 - 2) Satu variabel terikat, $Y = \text{Kepuasan Pelanggan}$
 - b. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Rumah Makan Rumadi Joyo
2. Keterbatasan Penelitian, yaitu :
 - a. Agar terfokus pada harga, lokas, dan fasilitas terhadap kepuasan Pelanggan Rumah Makan Rumadi Joyo di Krian Sidoarjo.
 - b. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data

primer. Data primer yang diperoleh dari kuesioner pengunjung Rumah Makan Rumadi Joyo Di Krian Sidoarjo.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti maka di perlukan adanya penegasan istilah agar lebih jelas terarahnya penelitian ini:

1. Definisi Konseptual:

a. Harga

Menurut Philip Kotler harga adalah elemen pemasaran campuran yang paling mudah untuk mengatur keistimewaan produk, harga juga mengkomunikasikan pada pasar penempatan nilai produk atau merek yang dimaksud.⁶

b. Lokasi

Menurut Kotler dan Armstrong lokasi adalah sebuah alat yang digunakan dalam mendekati pasar sasaran ada dua kemungkinan dalam hal penetapan lokasi ada dua cara dimana perusahaan jasa yang mendatangi konsumen ke lokasi penyedia jasa.⁷

c. Fasilitas

Menurut Lupiyoadi fasilitas adalah prasarana dan kondisi lingkungan sekitar dengan menghadirkan keberadaan kepada

⁶ Philip Kotler., et. At, “*Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia*”, (Jakarta: PT. Indeks, 2005), Hal 175.

⁷ Rendra Pandu Gustomo, “*Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Panji Sport Surabaya*”, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen: Vol. 11, No. 10, Oktober 2022, Hal 5.

konsumen termasuk fasilitas seperti rumah makan.⁸

d. Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan harapan.⁹

2. Definisi Operasional dalam penelitian ini mencakup:

a. Harga (X1)

Harga menurut Kotler dan Armstrong yang di terjemahkan oleh sabran adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat.¹⁰

b. Lokasi (X2)

Menurut Lupiyoadi lokasi adalah dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan pelanggan dapat dengan mudah memperoleh suatu produk. Definisi lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan

⁸ Yusuf Suhardi, dkk, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan”, Jurnal STEI Ekonomi: Vol 31, No. 2, Desember 2022, Hal 33.

⁹ Rendra Pandu Gustomo, “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Panji Sport Surabaya”, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen: Vol. 11, No. 10, Oktober 2022, Hal 5.

¹⁰ Philip Kotler Dan Armstrong. *Prinsip-prinsip pemasaran*. (Jakarta:Erlangga,2018). hal 345.

komponen utama yang terlibat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan.

c. Fasilitas (X3)

Menurut Tjiptono fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa di tawarkan kepada pelanggan. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang di rasakan pelanggan secara langsung.

d. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai sebuah pembandingan antara harapan dan kesesuaian produk yang telah dibayar. Kepuasan pelanggan muncul karena adanya harapan dimana terdapat dua kemungkinan yaitu saat penjual memberikan informasi yang terlalu tinggi maka harapan pelanggan akan suatu produk itu juga akan tinggi.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika pembahasan skripsi disajikan dalam 6 bab, yang setiap bab mempunyai sub-bab adalah sebagai berikut:

- a. BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang

lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

- b. BAB II Tinjauan Pustaka, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian. Terdiri dari kajian teori mengenai harga, lokasi, fasilitas dan kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian.
- c. BAB III Metode Penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, uji t hipotesis, uji f hipotesis, dan uji analisis regresi.
- d. BAB IV Hasil Penelitian, terdiri dari gambaran objek penelitian, karakteristik responden, dan hasil analisis data.
- e. BAB V Pembahasan, terdiri dari uraian hasil penelitian yang didapat melalui analisis data.
- f. BAB VI Penutup, berisi rangkuman hasil penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran.