

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

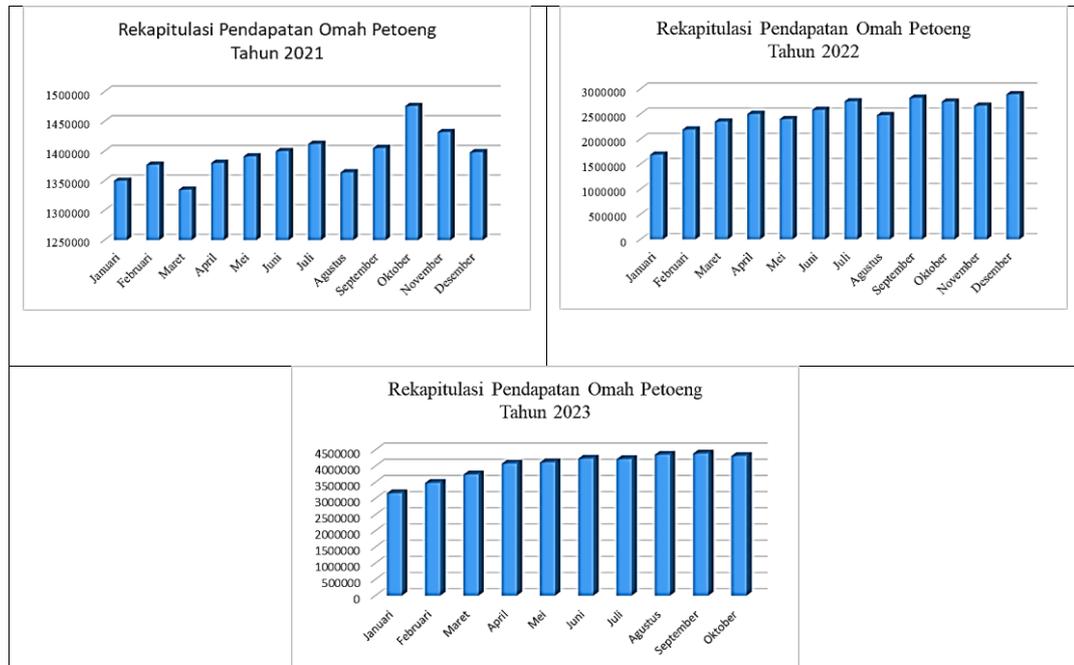
Omah Petoeng merupakan suatu tempat bisnis yang bergerak pada bidang usaha kuliner berkonsep angkringan yang sedang berkembang di Kota Tulungagung, tepatnya di Dsn. Sumurwarak, Ds. Purworejo, Kecamatan Ngunut. Awal mula berdirinya usaha Omah Petoeng ini dikarenakan ada yang menyewa rumah yang bernuansa jawa milik owner Omah Petoeng digunakan untuk video klip lomba tari adat jawa selama kurang lebih 3 (tiga) hari. Pada saat itu kelompok lomba tari menyarankan agar tempat tersebut dibuat angkringan yang berkonsep seperti rumah jawa, agar para pengunjung bisa merasakan seperti nuansa rumah mereka sendiri. Akhirnya pada tanggal 17 Desember 2020, kakak Surya Arsy Pambudi dan Fuad Afriyanto selaku owner Omah Petoeng dan beberapa pemuda sekitar Ds. Purworejo memberanikan diri untuk membuka usahanya ditengah maraknya pandemi covid-19 hingga saat ini. Omah petoeng sendiri memiliki beberapa menu makanan dan juga minuman yang mereka jual dengan harga yang lumayan merakyat sehingga bisa membuat konsumen merasa loyal dan tidak keberatan dengan harga yang ditawarkan. Selain harga, kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Omah Petoeng bisa dikatakan sangat ramah dan cepat, jika terdapat konsumen yang memiliki keluhan maka juga akan diberikan saran oleh pemilik ataupun pegawai Omah Petoeng. Oleh karena itu, hal tersebut menjadi kenyamanan

tersendiri bagi konsumen yang mengakibatkan konsumen merasakan kepuasan dalam hal pelayanan dan fasilitas yang disediakan dan juga konsumen lama-kelamaan akan menjadi loyal.

Keunikan yang dimiliki Omah Petoeng menjadikan nilai kenyamanan tersendiri dari konsumen. Keunikan tersebut berupa bangunan dan sarana prasarana yang masih khas kejawaan, selain itu hawa sejuk yang asri membuat konsumen bisa menikmati nongkrong ditempat tersebut dengan nyaman. Dibanding dengan pesaing lain seperti halnya café yang bertempat strategis dilingkungan pusat kota, Omah Petoeng masih mengedapankan kenyamanan konsumen dengan hawa sejuk dan tidak bising seperti lingkungan kota. Selain itu walaupun Omah Petoeng terletak di daerah pedesaan tidak membuat konsumen lama kelamaan akan menyurut, justru membuat konsumen semakin bertambah dan membuat penghasilan dari Omah Petoeng sendiri mengalami peningkatan yang bagus. Omah Petoeng tidak hanya untuk sekedar tempat nongkrong ataupun tempat berbincang ria, akan tetapi juga bisa digunakan sebagai tempat meeting atau pertemuan antar karyawan maupun organisasi.

Omah Petoeng merupakan usaha kuliner berkonsep angkringan yang dibangun mulai tahun 2020 akhir hingga sekarang tahun 2023. Sasaran konsumen dari owner Omah Petoeng yaitu para anak muda yang masih sekolah ataupun kuliah, karena harga makanan dan minuman yang mereka sajikan sesuai dengan kantong pelajar atau mahasiswa. Walaupun harga yang disajikan termasuk golongan rendah, akan tetapi kualitas bahan baku yang dibeli cukup bagus, serta pelayanan dari karyawan juga ramah. Dari harga yang terjangkau

tersebut membuat Omah Petoeng mulai tahun 2020 akhir hingga sekarang mengalami kenaikan omzet atau pendapatan yang sangat bagus. Berikut adalah data penjualan dari Omah Petoeng selama kurang lebih 3 (tiga) tahun:



Grafik 1. 1
Data Penjualan Omah Petoeng Tulungagung²
Tahun 2021-2023

Grafik tersebut merupakan rekapitulasi pendapatan bersih Omah Petoeng dari tahun 2021 sampai 2023. Dapat dilihat dari tahun 2020 akhir hingga 2021 pendapatan tertinggi sebesar Rp 1.476.000 pada bulan Oktober. Pada tahun 2022 pendapatan tertinggi sebesar Rp 2.892.000 pada bulan Desember. Sedangkan pada tahun 2023 pendapatan tertinggi sementara pada bulan September dengan nominal sebesar Rp 4.385.000. Dapat diketahui bahwa dari ketiga tahun tersebut pendapatan paling tinggi yaitu pada tahun 2023 ini. Dengan adanya

² Grafik Hasil Penjualan Omah Petoeng Tahun 2020-2023, 2023.

perkembangan yang cukup pesat setiap tahunnya, Omah Petoeng mulai memperluas lokasi penjualan dan juga memperbaiki sarana prasarana lebih baik lagi. Dengan adanya perbaikan tersebut, menjadikan konsumen lebih tertarik dan loyal terhadap Omah Petoeng. Selain itu dahulu karyawan yang ada di Omah Petoeng hanya beberapa orang, sekarang sudah berkembang menjadi 6 orang dengan sistem sifit kerja dibagi 2 (dua) kali dalam sehari.

Kemajuan, keunikan, dan juga pelayanan yang diberikan oleh Omah Petoeng membuat peneliti memilih tempat tersebut untuk dijadikan lokasi penelitian. Dapat diketahui bahwa Omah Petoeng bisa dikatakan bisnis baru karena masih berdiri sekitar 3 (tiga) tahun terakhir tepatnya didirikan pada saat covid-19 masih menerpa. Walaupun awal mula berdirinya Omah Petoeng mengalami banyak kendala, akan tetapi dalam hal penghasilan tidak pernah mengalami penurunan selama 3 (tiga) tahun terakhir ini. Lokasi Omah Petoeng sendiri juga bukan berada pada lingkup kota ataupun tempat strategis melainkan di pedesaan, akan tetapi faktor lokasi tersebut tidak menjadikan Omah Petoeng mengalami penurunan dalam loyalitas konsumennya. Omah Petoeng memilih konsep tradisional dari pada konsep modern, karena dari pemilik Omah Petoeng sendiri ingin melestarikan budaya jawa yang masih ada serta konsep budaya tersebut bisa diperkenalkan kepada konsumen terutama anak muda zaman sekarang agar tidak melupakan tradisi jawa yang dimilikinya. Harga dan juga kualitas pelayanan juga menjadikan alasan dalam penelitian ini, karena harga yang mereka berikan sesuai dengan kantong pelajar atau mahasiswa. Walaupun harga yang diberikan bisa dikatakan tidak mahal akan tetapi kualitas pelayanan

yang diberikan sangat baik dan bersedia menerima kritik dan juga saran dari para konsumennya. Dari kondisi Omah Petoeng seperti penjelasan tersebut dapat dijadikan referensi bagi pengusaha-pengusaha sekitar baik yang berfokus dalam bisnis kuliner ataupun yang lainnya, bahwa tempat yang tidak strategis, harga yang diberikan tidak terlalu mahal dan juga konsep bangunan yang sederhana bisa meningkatkan penjualan dari usaha yang didirikan.

Dapat diketahui bahwa Omah Petoeng beroperasi pada tahun 2020 akhir hingga saat ini atau kurang lebih selama 3 (tiga) tahun. Omah Petoeng sendiri memiliki konsep khas jawa dan lokasinya terletak bukan pada pusat kota melainkan pedesaan, sedangkan pesaingnya yang bergerak pada bidang kuliner baik angkringan maupun caffe kebanyakan memiliki konsep modern untuk menarik konsumen dan berlokasi pada pusat kota yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Adanya pesaing yang mempunyai konsep modern dan juga lokasi yang strategis seharusnya penjualan yang diperoleh Omah Petoeng mengalami penurunan, akan tetapi setiap tahunnya penjualan pada Omah Petoeng justru mengalami peningkatan yang sangat bagus.

Keberhasilan penjualan yang dilakukan oleh Omah Petoeng tentunya tidak luput dari kepuasan konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di lokasi tersebut, selain itu tentunya juga terdapat beberapa faktor penunjang keberhasilan terutama penilaian konsumen terkait kualitas pelayanan dan juga persepsi harga. Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azis, Cece Rakhmat, dan Rita Tri Yusnita terkait kepuasan konsumen dipengaruhi secara simultan oleh kualitas pelayanan dan persepsi harga pada Dzikra Laundry

Kota Tasikmalaya. Dapat diketahui bahwa semakin bagus kualitas pelayanan dan persepsi harga pada dzikra laundry maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.³ Penelitian lain yang dilakukan oleh David Reynaldi Gunawan Palelu, Willem J.F.A. Tumbuan, dan Rotinsulu Jopie Jorie terkait kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh pada kualitas pelayanan dan persepsi harga pada Kamsia Boba di Kota Lawang. Dapat diketahui bahwa Kamsia Boba banyak memiliki pesaing yang juga bergerak pada bidang minuman, hal tersebut menjadikan pemilik usaha harus mampu memahami keinginan konsumen dan kualitas pelayanan serta persepsi harga dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, karena konsumen yang meras puas akan membangun persepsi terhadap usaha tersebut.⁴

Berdasarkan realita diatas, peneliti tertarik ingin mengkaji kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen pada usaha Omah Petoeng Tulungagung. Harapannya dengan adanya penelitian ini dapat menjadi contoh bagi usaha-usaha sejenis dalam mengembangkan usahanya agar mengalami peningkatan penjualan yang cukup bagus. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Omah Petoeng Tulungagung”**. Penelitian ini dilakukan dengan objek konsumen pada Omah

³ Cece Rakhmat, Rita Tri Yusnita, dan Aziz, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Dzikra Laundry Kota Tasikmalaya,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 9 (2022): hlm. 3112.

⁴ David Reynaldi Gunawan Palelu, Willem J.F.A. Tumbuan, dan Rotinsulu Jopie Jorie, “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang,” *Jurnal EMBA* 10, no. 1 (2022): hlm. 69.

petoeng, dan penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut terdapat beberapa identifikasi masalah yaitu:

1. Kepuasan konsumen pada Omah Petoeng diduga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan persepsi.
2. Kualitas pelayanan diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha Omah Petoeng, namun demikian kurangnya respon pelayan terhadap keluhan para konsumen dapat menjadikan masalah tersendiri bagi usaha tersebut.
3. Persepsi harga diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha Omah Petoeng, namun demikian adanya perubahan harga yang tidak transparansi kepada konsumen dapat merugikan kepuasan konsumen tersendiri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka penelitian ini mengambil rumusan masalah mengenai:

1. Apakah Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Omah Petoeng Tulungagung?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Omah Petoeng Tulungagung?

3. Apakah Persepsi Harga Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Omah Petoeng Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengkaji Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Omah Petoeng Tulungagung.
2. Untuk Mengkaji Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Omah Petoeng Tulungagung.
3. Untuk Mengkaji Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Omah Petoeng Tulungagung

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mengkaji mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan juga persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha Omah Petoeng Tulungagung. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki 2 (dua) manfaat baik secara teoritis maupun praktis diantaranya yaitu:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dalam menambah khasanah ilmu pengetahuan pada mata kuliah bidang manajemen strategi bisnis dan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya atau peneliti terdahulu yang berfokus mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga, dan juga kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi hasil evaluasi bagi pemilik usaha serta bisa memberikan solusi mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di masa yang akan datang.

b. Bagi Masyarakat atau Usaha Sekitar

Bagi masyarakat atau usaha-usaha yang sejenis penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan persepsi harga agar bisa menjadikan usaha tersebut berkembang lebih baik lagi dimasa depan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini berfokus pada 3 (tiga) variabel yaitu variable X_1 dan X_2 (independen) dan variable Y (dependen). Variable X_1 dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, X_2 yaitu persepsi harga, sedangkan variable Y (dependen) adalah kepuasan konsumen.

2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian digunakan agar penelitian terarah dan tidak menyimpang dari topik permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi dirinya dengan berfokus hanya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap

kepuasan konsumen pada usaha Omah Petoeng. Oleh karena itu dalam penelitian ini hanya akan berfokus pada variable kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen. Penelitian ini akan mengambil responden dari konsumen yang pernah berkunjung di Omah Petoeng Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah layanan yang diberikan oleh perusahaan guna memberikan citra pada nasabah agar nasabah mempunyai kepercayaan, kepuasan dan loyalitas, dan yang menyatakan kualitas layanan yang baik tidak hanya memperkuat citra perusahaan, namun juga berdampak pada kepuasan dan loyalitas konsumen.⁵

b. Persepsi Harga

Persepsi harga merupakan penilaian konsumen dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk akal dapat diterima atau dapat dijustifikasi.⁶ Oleh karena itu hal pertama yang menjadi minat atau yang menarik konsumen adalah

⁵ khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: IAIN PRESS, 2015), hlm. 88.

⁶ Rifa'I, Mitariyani, dan Imbayani, "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar," hlm. 33.

berapa nilai yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk ditawarkan.

c. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.⁷

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah pengukuran yang isinya berupa indikator-indikator atau karakteristik mengenai objek yang akan diteliti. Secara operasional penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yaitu variabel X_1 (kualitas pelayanan), variable X_2 (persepsi harga) dan variable Y (kepuasan konsumen).

H. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, penulisan penelitian ini terbagi atas 6 (enam) bab yang didalamnya terdapat beberapa sub bab yang akan menjelaskan hasil penelitian secara terperinci dan sistematis juga saling berkesinambungan agar mudah dibaca dan dipahami. Adapun penulisan penelitian ini adalah:

⁷ Wiwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: Umsida Press, 2018), hlm.55.

BAB I Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah yang terdiri dari 2 (dua) pembahasan yaitu definisi konseptual dan definisi operasional, serta sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori yang menjelaskan tentang teori kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, persepsi harga, beberapa kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, teknik analisis data, dan alat uji statistik.

BAB IV Hasil Penelitian yang menjelaskan tentang hasil penelitian dengan menguji data yang telah didapat menggunakan SPSS 16.0 dan hasil pengolahan data tersebut diselaraskan dengan variable yang telah ditentukan.

BAB V Pembahasan yang menjelaskan tentang hasil pengolahan data menggunakan SPSS 16.0 dan dilanjut dengan pembahasan sesuai variabelnya.

BAB VI Penutup yang menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan.