

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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.

Di Jawa Timur perkembangan usaha kuliner khususnya rumah makan/restoran terus mengalami kenaikan setiap tahunnya jenis kulinernyapun beragam dengan berbagai konsep dan cita rasa yang khas. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur termasuk dalam kategori tiga provinsi yang memiliki jumlah rumah makan atau

restoran terbanyak di Indonesia. Banyak pelaku usaha pada bidang kuliner mulai dari yang membidik segmen pasar menengah keatas ataupun segmen pasar menengah kebawah. Berikut adalah data BPS Jawa Timur yang menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan pada tahun 2014-2019 ²:

Tabel. 1.1

Jumlah Rumah Makan/Restoran di Provinsi Jawa Timur

Tahun	Jumlah Rumah Makan/Restoran di Provinsi Jawa Timur
2014	1.706
2015	2.930
2016	3.007
2017	3.432
2018	4.169
2019	7.060

Sedangkan perkembangan usaha kuliner di Kabupaten Trenggalek sendiri bisa dilihat dari semakin banyaknya restoran, warung makan, cafe dan kedai-kedai kecil disetiap daerah di Kabupaten Trenggalek. Bahkan karena pesatnya bisnis dibidang kuliner juga semakin banyak penjual yang menghasilkan produk makanan dengan jenis yang sama, namun dalam segi harga, kualitas pelayanan maupun produknya yang membedakan dari satu pengusaha dengan yang lainnya. Para pelaku usaha kuliner terus berlomba-lomba untuk memberikan inovasi pada produk serta merancang strategi pemasaran yang menarik sehingga konsumen enggan berpindah pada produk pesaing.

Salah satu usaha kuliner yang mampu bertahan ditengah hadirnya persaingan bisnis kuliner adalah Mie Ayam Bakso Solo yang berada di pinggir jalan raya Desa Tawing Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek, sehingga mendukung dilakukannya penelitian untuk

² Website Resmi Badan Pusat Statistik Jatim, BPS Provinsi Jawa Timur, diakses pada <https://jatim.bps.go.id> pada 21 desember 2023 pukul. 20.45

mengetahui sejauh mana pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan atribut produk terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner ini. Usaha ini telah berjalan kurang lebih tiga belas tahun, hal ini membuktikan bahwa usaha ini mampu mempertahankan kepuasan pelanggannya. Meskipun banyak usaha kuliner yang menjual jenis produk yang sama dengan harga yang berbeda-beda namun produknya tetap diminati oleh para konsumen. Hal ini dikarenakan pemilik usaha Mie Ayam Bakso Solo selalu menjaga cita rasa yang khas dari semua produknya. Mengingat bahwa menciptakan kepuasan pelanggan merupakan hal yang cukup sulit, karena sama saja harus mengubah pola pikir konsumen tersebut agar tidak beralih ke pesaing.

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.³ 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..

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan ketika berbelanja, dan faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Basu Swastha, harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan pembeli kepada penjual untuk mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam penetapan harga maka harus menyesuaikan antara daya beli konsumen yang dituju dan

³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 171.

dengan mempertimbangkan faktor lainnya seperti pesaing, laba, biaya dan perubahan keinginan pasar.⁴ Harga sangat berpengaruh terhadap konsumen karena apabila harga yang ditawarkan oleh penjualan sangat terjangkau dan murah serta produk tersebut berkualitas baik maka dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli. Di Warung Mie Ayam Bakso Solo ini untuk harganya terbilang sedikit mahal ketimbang warung bakso lainnya, walaupun begitu para konsumen tetap membeli di Warung Mie Ayam Bakso Solo ini.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler dalam Alma, kualitas pelayanan merupakan suatu upaya dari perusahaan untuk mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses produk dan layanan yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan suatu cara perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat memenuhi harapan konsumen.⁵ Dengan demikian apabila suatu perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan memperoleh pencapaian kepuasan.

Selain faktor harga dan kualitas pelayanan ada juga faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, hal tersebut meliputi daya tahan, kinerja, kehandalan, persepsi terhadap kualitas, serta atribut lainnya.⁶ Jadi semakin baik kualitas suatu produk yang ditawarkan sebuah perusahaan, maka akan dapat menciptakan kepuasan konsumen terhadap produk tersebut.

⁴ Riyono dan Gigih Erik Budiharja, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati, *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8 No. 2, 2016, hal. 100.

⁵ Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulaiti, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung, *Jurnal Manajemen*, Vol. 11 No. 2, 2016, hal. 266.

⁶ Richel Florencia Simatupang, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru, *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol. 6 Edisi 11, 2019, hal. 4.

Yang menjadi pembeda pada Warung Mie Ayam Bakso Solo ini dengan warung bakso lainnya yaitu dari segi rasa, menurut para konsumen Mie Ayam Bakso Solo ini mempunyai ciri khas rasa kuah yang sedap, pas, dan tidak banyak berlemak yang membuat rasa menjadi enak, begitu juga bakso ini juga tidak ada varian bermacam-macam dalam satu porsi hanya berisi mie, bakso halus, bakso urat dan tahu. Selain dari segi rasa bakso ini jam bukanya pun berbeda dari warung bakso lainnya, Mie Ayam Bakso Solo ini mulai buka pukul 17.00 dan tutup sekitar pukul 01.00 dini hari, jadi bakso ini sering disebut bakso malam oleh para konsumennya, dan sebagai pelipis lapar ketika malam hari.

Berdasarkan fenomena yang penulis amati terdapat masalah di Warung Mie Ayam Bakso Solo, yaitu tentang kualitas pelayanan di mata pelanggan, selain itu juga masalah harga yang terbilang sedikit mahal, tentunya hal ini akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Akan tetapi dengan kualitas produk yang mempunyai ciri khas yang berbeda dengan warung lainnya akan membuat para pelanggan merasa kepuasan tersendiri.

Kepuasan pelanggan akan banyak memberikan dampak positif bagi keberlangsungan hidup sebuah usaha. Apabila warung mie ayam bakso dapat menciptakan rasa puas kepada pelanggannya, maka pelanggan akan timbul rasa setia terhadap warung tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan melihat bahwa pentingnya harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada warung Mie Ayam Bakso Solo Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo.
4. Untuk mengetahui harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Mie Ayam Bakso Solo Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi pihak warung mie ayam bakso terhadap kebijakan yang akan diambil pihak warung mie ayam bakso untuk mempertahankan eksistensinya. Serta informasi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dalam perencanaan strategi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat mengembangkan wawasan, ilmu pengetahuan, dan dapat memberikan tambahan referensi atau perbendaharaan kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

c. Bagi peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama namun dengan variabel yang berbeda.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas peneliti membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih terarah dan spesifik. Ruang lingkup yang diteliti dalam penelitian ini yaitu harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk, terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek. Dengan menggunakan variabel bebas yaitu harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan untuk variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Mengingat banyaknya perkembangan yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini, maka peneliti membuat batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang dibuat dan diselesaikan dalam penelitian ini. Pembatasan pada penelitian ini yaitu konsumen di Warung Mie Ayam Bakso Solo Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak terjadi perbedaan penafsiran terhadap judul penelitian. Adapun definisi operasional secara konseptual dari proposal ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁷

b. Harga

Menurut Swastha harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan beberapa manfaat dari produk dan pelayanannya. Sedangkan menurut Buchori Alma harga (*price*) adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen atas jasa guna mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.⁸

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Philip Kotler kualitas pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapa pun.⁹

d. Kualitas Produk

⁷ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam <https://kbbi.web.id/>* diakses 11 November 2022

⁸ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 39.

⁹ Dewi Pertiwi, *Pemasaran Jasa Pariwisata*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2021), hal. 68.

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.¹⁰

e. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang di rasakan dibandingkan dengan harapannya.¹¹

2. Secara Operasional

Definisi operasional merupakan definisi variabel secara operasional secara riil dan nyata dalam lingkup objek penelitian. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji adanya pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Mie Ayam Bakso Solo Kecamatan Munjungan Kabupaten Trenggalek. Hal itu merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat yang didefinisikan serta dapat diamati dan secara tidak langsung akan merujuk pada alat pengambilan data yang cocok untuk digunakan.

G. Sistematika Pembahasan Skripsi

Dalam penulisan penelitian ini, Sistematika pembahasan skripsi disajikan dalam 6 (enam) bab, 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, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan/Manfaat penelitian, Ruang Lingkup dan

¹⁰ William Liecardo, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan Fashion Crysdyduck pada Toko Skate Element Medan*, (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2017), hal. 9.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2008), hal. 116.

Keterbatasan Penelitian, Definisi Operasional dan Sistematika Pembahasan Skripsi.

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 Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Penelitian terdahulu sebagai perbandingan dalam penelitian ini, kerangka berpikir 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 Instrumen Penelitian serta Teknik Analisis Data.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis membahas tentang analisis/eskripsi data dan pembahasan yang menjelaskan apakah Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan 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.