

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis di bidang warung makan saat ini telah menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya warung makan dengan berbagai jenis. Perkembangan di bidang ini dipengaruhi oleh banyak faktor, yaitu situasi ekonomi Indonesia yang semakin membaik telah mendorong orang untuk memulai usaha baru. Adapun faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perkembangan bisnis warung makan adalah gaya hidup, demografi, serta kebiasaan.

Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia mengalami perubahan yang sangat pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut setiap perusahaan untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi.

Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen.

Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan mengenai kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah masalah mengenai harga. Harga merupakan faktor pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli suatu produk.

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.² Menurut Irawan,³ harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

Para konsumen lebih cenderung memilih harga yang relatif terjangkau, tetapi belum tentu harga yang rendah akan mendapatkan kualitas kurang baik. Maka, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Jika perusahaan memproduksi produk yang berkualitas tinggi, pasti akan memberikan keuntungan di bandingkan

²Kasmir, *Kewirausahaan*.(Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008),hlm,175.

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

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.⁴

Secara rasional pasti para konsumen akan bersedia membeli barang jika harga yang relatif terjangkau dengan kualitas barang yang baik. Sehingga dengan membeli produk yang berkualitas dengan harga yang relatif terjangkau pasti akan memberikan dampak pada kepuasan para konsumen. Untuk itu harga juga memainkan peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari produk tersebut.

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

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

⁴Handi Irawan D, *Sepuluh Prinsip*.hlm,37.

perusahaan.⁵ Menurut Irawan,⁶ pelanggan akan puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

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.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁷ Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas, apabila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi: faktor harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, *emotional factor*, biaya dan kemudahan

Salah satu cara untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan.

⁵Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung:PT. Refika Aditama:2012), hlm.83

⁶*Ibid.*

⁷Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*.(Yogyakarta:A mara Books, 2008),hlm.116

Dengan memberikan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Maka dari itu perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari konsumen. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

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.

Tabel 1.1

Tingkat Konsumsi Makanan Perkapita Tahun 2007-2015

Tahun	Jumlah (Dalam Rupiah)	Kenaikan Atau Penurunan
2007	141 000	-
2008	178 894	37894
2009	181 236	2342
2010	205 990	24754
2011	212 966	6976
2012	230 486	17520
2013	266 982	36496
2014	285 233	18251
2015	337 079	51846

Sumber : Badan Pusat Statistik Tulungagung Tahun 2016

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa tingkat konsumsi masyarakat Tulungagung dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Tidak dipungkiri bahwa persaingan bisnis berupa warung makan sangat

diminati. Hal ini dipandang sebagai peluang bisnis oleh para pelaku usaha, hingga saat ini banyak warung makan yang berdiri, tak terkecuali di Kota Tulungagung.

Dikota Tulungagung industri bisnis kuliner mengalami perkembangan yang signifikan, hal ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi mengalami peningkatan sekaligus menunjukkan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut membuat persaingan bisnis kuliner di kota Tulungagung sangat ketat.

Masing-masing bisnis kuliner yang berupa warung makan banyak sekali menyediakan berbagai sajian makanan, cita rasa 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. Sehingga akan membedakan antara warung makan lainnya. Pada penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung.

Salah satu industri kuliner yang cukup eksis yaitu Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung beralamat di Jalan Raya Mojopanggung, Batangsaren Kauman Tulungagung. Lokasi warung makan tersebut berada ditempat yang cukup padat lalu lintas, karena berada di jalur alternatif Tulungagung-Trenggalek sehingga banyak masyarakat yang melintas di kawasan tersebut. Warung makan tersebut memiliki konsep rumah gubuk

dengan latar belakang persawahan sehingga akan memberikan suasana yang sejuk dan nyaman ketika berada ditempat tersebut. Warung makan ini lebih identik dengan warung makan keluarga. Dengan berbagai menu yang ditawarkan mulai dari ayam bakar, ayam goreng, ikan laut, ikan tawar, penyetan, aneka sayur, aneka sambal, nasi goreng, mie goreng, snack dan berbagai minuman mulai dari jus buah, es buah, es teh dan es jeruk dan air mineral. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau dari Rp. 4000 sampai dengan Rp. 70.000. Warung makan buka mulai pukul 10.00 pagi - 21.00 malam, dengan jumlah karyawan sebanyak 13 orang yang setiap hari senin-jumat melayani kurang lebih sebanyak 60 pengunjung dan hari sabtu-minggu melayani kurang lebih 80 pengunjung yang menikmati hidangan dan suasana yang ada ditempat tersebut.

Dalam menikmati makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda. Cara tersebut dapat memilih warung makan yang sejuk, nyaman dengan pelayanan yang berkualitas dengan harapan konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang untuk menikmati hidangan di warung makan tersebut.

Ketika pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen maka akan berdampak terjadinya pembelian berulang sehingga konsumen akan datang ketempat tersebut. Dengan memberikan pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi apa yang diinginkan konsumen maka akan timbul rasa ketidakpuasan.

Variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan. Karena dari variabel tersebut bisa mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk. Dari pengaruh tersebut yang nantinya dapat meningkatkan penjualan di Warung Makan Istana Lesehan apabila dilaksanakan dengan baik.

Hasil penjualan Warung Makan Istana Lesehan masih terbilang fluktuatif yang mana ada peningkatan dan penurunan dalam penjualannya. Untuk memperoleh gambaran mengenai penjualan di Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung, maka disajikan tabel data penjualan pada bulan Januari-September tahun 2017.

Tabel 1.2

Penjualan Istana Lesehan Bulan Januari-September Tahun 2017

Bulan	Penjualan (Rp)	Kenaikan/Penurunan (Rp)
Januari	40.000.000	-
Februari	35.000.000	-5.000.000
Maret	36.000.000	1.000.000
April	42.000.000	6.000.000
Mei	33.000.000	-9.000.000
Juni	50.000.000	17.000.000
Juli	49.000.000	-1.000.000
Agustus	30.000.000	-19.000.000
September	31.000.000	1.000.000

Sumber : Istana Lesehan Tulungagung 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa penjualan di Warung Makan Istana Lesehan mengalami peningkatan dan juga penurunan. Penjualan mengalami peningkatan pada bulan juni dan mengalami penurunan pada bulan September. Hal ini dikarenakan tingkat

penjualan di Istana Lesehan yang menurun sebagai akibat dari berkurangnya konsumen yang melakukan pembelian.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut mengangkat topik **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung”**.

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung. Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu :

1. Semakin ketatnya suatu persaingan bisnis dalam industri kuliner yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Strategi harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dilakukan oleh Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung untuk mendapatkan konsumen.
3. Besarnya pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah variabel harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung ?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung?
3. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung?
4. Apakah variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung.

2. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan 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 Teoritis

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

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi pihak Warung Makan Istana Lesehan diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pihak perusahaan didalam mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung.

- b. Bagi pihak akademik diharapkan dapat digunakan perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.

F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Variabel yang digunakan terdiri dari empat variabel yaitu :
 - a. Variabel bebas meliputi : Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X3).
 - b. Satu variabel terikat, Y adalah Kepuasan Konsumen.
2. Keterbatasan
 - a. Karena keterbatasan waktu dan biaya dalam penelitian ini maka, peneliti hanya mengambil sampel konsumen atau pembeli di Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung sebanyak 94 responden.
 - b. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.
 - c. Peneliti ini hanya meneliti tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen” adalah sebagai berikut :

a. Harga (X_1)

Harga adalah sejumlah nilai (dalam bentuk mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa.⁸

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

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

c. Kualitas Produk (X_3)

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat.⁹

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.¹⁰

⁸Kasmir, *Kewirausahaan*., hlm, 175.

⁹Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Indeks, 2006). hlm, 49

¹⁰Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif*., hlm. 116

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung. Pada penelitian, obyek yang diteliti terdiri dari 3 Variabel *independen* dan 1 variabel *dependen*. Yang mana X_1 adalah harga, X_2 adalah kualitas pelayanan, X_3 adalah kualitas produk dan Y adalah kepuasan konsumen.

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 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, Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen. Penelitian terdahulu sebagai pembandung

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 instrument 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.