

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis saat ini sudah banyak usaha yang berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan karena adanya ide kreatif dan inovatif. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada kepuasan konsumen. Salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah bisnis warung makan. Saat ini sudah banyak gerai warung makan khususnya di Palembang.

Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan zaman dengan adanya barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing barang dan jasa.

Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi bagi produsen hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk barang dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi

pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Semakin berkembangnya masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk dan mengakibatkan semakin banyak para pekerja pria maupun wanita yang menghabiskan waktu di luar rumah, yang mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat prakti dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah, banyak wanita pekerja atau karir yang menghabiskan waktu diluar rumah, sehingga kesulitan dalam menjalankan aktivitas sebagai ibu rumah tangga termasuk menyediakan makanan bagi keluarga karena begitu banyak waktu yang dilakukan diluar rumah.

Oleh sebab itu para pekerja lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan makannya di luar rumah karena dengan memilih membeli makanan di luar rumah mereka memiliki banyak alternatif dalam memilih menu makanan yang mereka inginkan, selain untuk memenuhi kebutuhan makannya mereka juga mencari tempat makan yang memiliki suasana yang tenang dan nyaman. Karena setelah seharian melakukan pekerjaan yang melelahkan mereka membutuhkan ketenangan dan kenyamanan untuk mengembalikan kondisi tubuh mereka.

Menurut Schiffman dan Kanuk secara umum keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Oleh karena itu keputusan terhadap pembelian konsumen yang terbaik adalah sesuai dengan kebutuhan dan

keinginannya.¹ Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi oleh perusahaan untuk dapat menarik pembeli. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun di bedakan oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidup seseorang.

Menurut Kotler dan Armstrong, Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.² Mereka memiliki banyak alternatif dalam memilih menu makanan yang mereka inginkan, selain untuk memenuhi kebutuhan makannya, mereka juga mencari tempat makan yang memiliki suasana yang tenang dan nyaman. Karena setelah seharian melakukan pekerjaan yang melelahkan mereka membutuhkan ketenangan dan kenyamanan untuk mengembalikan kondisi tubuh mereka.

Selain untuk memuaskan rasa lapar para pelanggan, usaha rumah makan dan restoran juga menyediakan suasana yang nyaman, tenang dalam menyantap hidangan. Dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah kafe dan restoran, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru.

Di samping sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan utama yaitu makan dan minum, restoran dan rumah makan juga digunakan sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan dan

¹ Schiffman dan Kanuk, Perilaku Konsumen Salemba empat, Jakarta 2011 hal 196

² Philip kotler dan amstrong, prinsip – prinsip pemasaran jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2011 hal 439

bahkan menjadi salah satu tempat untuk melakukan *prospecting business* antar eksekutif perusahaan. Sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya.

Perusahaan harus bisa memasarkan produk atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Kotler dan Amstrong bahwa kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Selain kualitas produk, yang menjadi faktor lain adalah harga yang di jual oleh perusahaan. Maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam perusahaan.

Harga juga merupakan variabel yang penting, harga yang rendah atau harga yang terjangkau memicu untuk untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Selain dari kualitas produk dan harga, yang menjadi kunci dalam pemasaran atau bisnis adalah keramahan dari pihak penjual atau sering dikenal dengan pelayanan. kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Maka dari itu suatu proses keputusan pembelian konsumen diperlukan, untuk mengetahui antara kebutuhan dan keinginan³

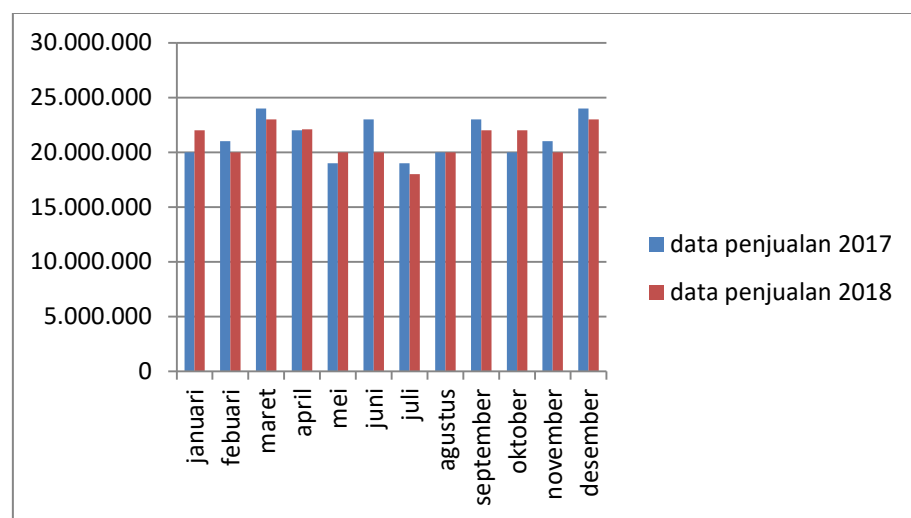
Seblak Nampol merupakan sebuah rumah atau tempat makan yang menyajikan berbagai macam makanan yang bervariasi serta dilengkapi dengan rasa pedas yang bisa dipesan sesuai dengan tingkat kepedasan yang diinginkan. Rumah makan tersebut juga menyajiakan berbagai macam menu makanan lain

³ Kotler dan Keller, Manajemen pemasaran, edisi kedua belas jilid 2. Erlangga, Jakarta 2007 hal 156

seperti bakso, nasi, mie, pisang *crispy* dan aneka menu minuman. Dengan adanya Seblak Nampol ini para pecinta makanan pedas bisa dimanjakan dengan berbagai jenis rasa pedas yang ditawarkan Seblak Nampol merupakan sebuah jenis usaha rumahan atau *home made*.

Gambar 1.1

Data Penjualan Seblak Nampol Palembang



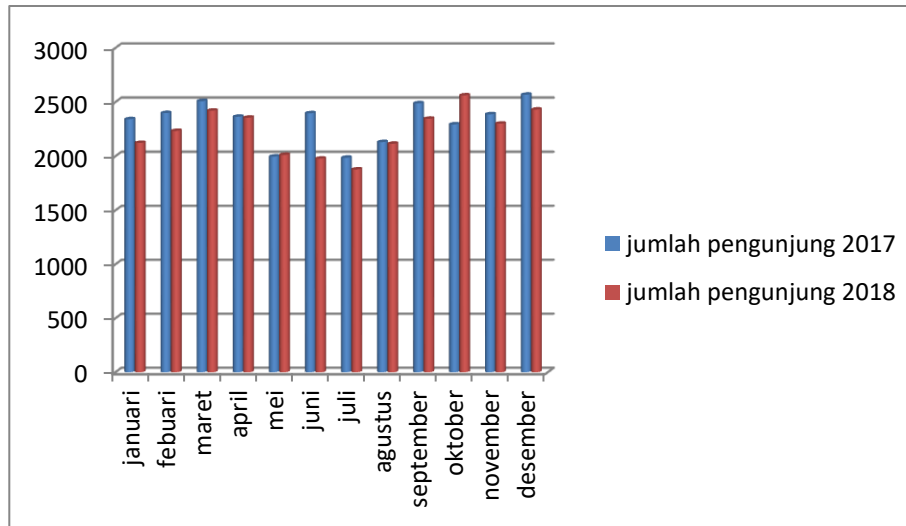
Sumber: Seblak Nampol 2017-2018

Dapat kita lihat dari gambar di atas pengunjung seblak nampol mengalami siklus naik turun hal ini dikarenakan banyaknya para pedagang yang membuka usaha serupa tetapi dengan demikian seblak nampol mampu mempertahankan pengunjungnya karena kebanyakan pengunjung telah merasakan kualitas dari produk yang diberikan oleh seblak nampol maka dari itulah kebanyakan pengunjung mempercayai rasa dan kualitas seblak nampol

Gambar 1.2

Data Pengunjung seblak nampol

Pertahun 2017-2018



Sumber: Seblak Nampol 2017-2018

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung atau pelanggan Seblak Nampol pertahun 2017 juga mengalami fluktuasi tiap bulanya. Meskipun saat ini telah banyak usaha serupa yang bermunculan Seblak Nampol tetap diminati pengunjung karena pengunjung lebih percaya terhadap cita rasa atau produk yang ada di seblak nampol selain itu seblak nampol juga menyediakan rasa pedas yang dapat dipesan sesuai selera konsumen meskipun dengan fasilitas yang standar dan harga yang relatif pengunjung masih ingin berkunjung ke seblak nampol karena telah percaya dan merasa puas atas produk yang ada di seblak nampol, oleh karena itu seblak nampol masih banyak di kunjungi oleh pengujung meskipun telah

TABEL 1.3
RESEARCH GAP

Kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen

Judul	Peneliti	Hasil
Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Panzy syaparilwadi dan Aditya wardhana (2015) 	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
	<ul style="list-style-type: none"> • Yetty husnul hayati dan Gracia sekartaji (2015) 	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Sumber: di kumpulkan dari berbagai penelitian

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang di teliti oleh Panzy syaparilwadi dan Aditya wardhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 58.9%.⁴

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang di teliti oleh Yetty husnul hayati dan Gracia sekartaji menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.710.⁵

⁴ Panzy Syaparilwadi, Aditya Wardhana "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN KONVEKSI FAZRY". Jurnal e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 Desember 2015. Hal 3629

⁵ Yetty husnul hayati dan Gracia sekartaji "pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di restoran bebek dan ayam goreng pak ndut solo". Jurnal ilmiah manajemen fakultas ekonomi vol 1 no.1 tahun 2015, hal 49

TABEL 1.4
RESEARCH GAP

Harga terhadap Kepuasan konsumen

Judul	Peneliti	Hasil
Harga terhadap kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Tri hastuti handayani (2013) 	Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen
	<ul style="list-style-type: none"> • Murwatiningsih dan Erin puri aoriliani (2013) 	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen

Sumber: dikumpulkan dari beberapa penelitian

Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen yang di telitih oleh Tri hastuti handayani menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen diperoleh dari nilai signifikansi 0.05.⁶

Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen yang di telitih oleh Murwatiningsih dan Erin puri aoriliani menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar -0.608.⁷

TABEL 1.5
RESEARCH GAP

Fasilitas terhadap kepuasan konsumen

Judul	Peneliti	Hasil
Fasilitas terhadap kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Erna supriyanti DKK (2016) 	Terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen
	<ul style="list-style-type: none"> • Iqbal 	terdapat pengaruh yang

⁶ Tri hastuti handayani “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di kota solo”. 2013. Hal 1

⁷ Murwatiningsih dan Erin puri apriliani “Pengaruh Resiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen. Hal1

	krisdayanto DKK (2015)	signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen
--	---------------------------	--

Sumber: di kumpulkan dari berbagai penelitian

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang telah diteliti oleh Erna Supriyanti DKK menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,05.⁸

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang telah diteliti oleh Iqbal Krisdayanto DKK menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen sebesar -0.284%.⁹

Dari penelitian di atas ini terdapat perbedaan hasil penelitian sehingga diperlukan penelitian ulang untuk mendapatkan hasil yang final. Maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.**

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Seblak Nampol?

⁸ Erna Supriyanti DKK “pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan masyarakat (studi pada Kelurahan Sambireji Kecamatan Gayamsari Semarang)” 2016. Hal 1

⁹ Iqbal Krisdayanto DKK “analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumendi i cafe Lina Putra Net Bandung” 2015. Hal 1

2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Seblak Nampol?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Seblak Nampol?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Seblak Nampol?

C. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu. Adapun yang menjadi tujuan peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Seblak Nampol.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Seblak Nampol.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Seblak Nampol.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Seblak Nampol.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa di jadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan

khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

2. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai manfaat dari keputusan pembelian dalam dunia diterapkan dimasa yang akan datang.

3. Bagi pihak akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

E. Sistematika Penelitian

Skripsi ini akan disusun dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut:

- **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan dan sistematika penulisan.

- **BAB II TELAAH PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

- **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operational variabel, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

- **BAB IV HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini menguraikan tentang deskripsi umum perusahaan, deskripsi umum responden, hasil jawaban responden dan hasil perhitungan.

- **BAB V PENUTUP**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.