

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rumah makan merupakan usaha kecil menengah yang dianggap oleh sebagian kecil orang sebagai bisnis yang paling mudah untuk dilakoni dalam situasi apapun, dengan alasan bahwa setiap orang perlu makan sehingga membuat bisnis makanan tidak akan pernah mati. Usaha rumah makan membutuhkan perhatian khusus dalam menjalankannya. Kepuasan pelanggan terhadap suatu rumah makan akan mendatangkan dampak positif bagi keberlangsungan usaha rumah makan tersebut.

Rumah makan Kejora Indah merupakan masakan padang yang identik dengan bumbu yang pekat dan bumbu rempah-rempah yang komplit membuat cita rasa masakan Padang berbeda dengan masakan lain. Rumah makan kejora indah ini sangat ramai dikunjungi karena tempatnya yang strategis dan mudah diakses yaitu disamping jalan raya karena itulah bukan hanya masyarakat sekitar yang berbelanja dirumah makan tersebut melainkan juga para pengendara yang melintas dikawasan tersebut juga sering mampir untuk makan ditempat itu, oleh itulah rumah makan Kejora Indah ini memiliki banyak pengunjung disetiap harinya, selain tempatnya yang strategis rumah makan kejora indah ini menyediakan aneka makanan dan minuman yang ditawarkan seperti rendang, ayam gulai, ayam goreng, nila bakar, nila goreng dan lainnya begitupun minumannya seperti es teh, es jeruk, es campur, teh tawar, teh hangat dan lain sebagainya selain itu juga rumah makan ini

menyediakan tempat yang nyaman dan juga memiliki ruangan VIP dan rumah makan ini juga memberikan parkir gratis bagi para pengendara serta memiliki toilet yang bersih dan wangi sehingga pelanggan sesudah makan ditempat tersebut merasa tidak jijik ketika berada ditoelet rumah makan Kejora Indah.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan, meskipun demikian tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Kini pelanggan semakin terdidik dan menyadari hak haknya¹.

Rumah Makan Kejora Indah harus lebih peka kritis dan reaktif terhadap perubahan yang terjadi serta menempatkan perhatian kepada kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya, meningkatnya persaingan dan jumlah pesaing juga menuntut Rumah Makan untuk selalu memperhatikan kebutuhan ,keinginan dan permintaan dari pelangganya serta berusaha untuk memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan para pesaing, dengan begitu maka akan memberikan suatu masukan penting terutama bagi perusahaan.

Kepuasan pelanggan senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh pembisnis dalam menjalankan kegiatan usahanya. kepuasan pelanggan sebagai sikap yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan memberikan penilaian setelah memperoleh dan mengkonsumsi barang atau

¹ Fandy Tjiptono, 2002 ,*Manajemen Jasa*, Penerbit Andi Yogyakarta Majalah Info Bisnis, Edisi maret-Tahun keVI-2002.

jasa². Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan maka mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka konsumsi

Rumah Makan Kejora Indah dituntut untuk selalu menjaga kepuasan pelanggan dan mendorong pelanggan untuk bisa menyampaikan pengalaman yang positif. Usaha untuk memuaskan kebutuhan pelanggan juga harus dilakukan secara menguntungkan dengan kata lain, dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis. Karena Kunci utama Rumah Makan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Selain memperhatikan masalah kepuasan pelanggan, penting juga untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang terkait agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya. diantaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Untuk itu para pembisnis, khususnya dalam bisnis dibidang pelayanan jasa atau rumah makan, supaya benar-benar memperhatikan faktor lain yang yang terkait dapat meningkatkan kepuasan pelanggan tersebut. karena hal ini akan dapat

² . C.Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga. hlm 89.

menciptakan kepuasan bagi pelanggan dalam memproduksi barang dan jasanya.³

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan sebuah produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan⁴

Kualitas produk saat ini benar benar diperhatikan oleh pelanggan apalagi dalam hal makanan. Pelanggan menginginkan kualitas produk yang terbaik pada produk yang telah dibeli. Menurut Kotler kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Rumah makan yang tidak memperhatikan betul kualitas produk yang mereka tawarkan memungkinkan akan menanggung ketidakpuasan pelanggan yang mengakibatkan penjualan produk cenderung akan menurun, oleh karenanya kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Sehingga pelanggan tersebut tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang atau tidak.

³Daryanto, & I. Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media hlm.53-54

⁴Kotler, P., & G. Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1. (Terjemahan Bob Sabran). Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga. hlm 273.

Oleh karena itu, rumah makan tersebut harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera pelanggan. Kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan pelanggan, haruslah cepat ditanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan pelanggan⁵.

Upaya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan dari setiap rumah makan. Selain faktor untuk keberlangsungan hidup rumah makan, memuaskan kebutuhan pelanggan juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang dirinya merasa puas terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh rumah makan tersebut, cenderung untuk melakukan pembelian kembali. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan dirumah makan tersebut

Adapun selain kualitas produk, aspek yang perlu diperhatikan rumah makan adalah kualitas dari pelayanan. Menurut wyckof kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi harapan pelanggan. Layanan yang berkualitas lahir dari persepsi pelanggan yang merasa puas saat terjadinya proses transaksi,⁶

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan pelanggan baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke

⁵ Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Rajawali Pers.hlm 167

⁶Fandy Tjiptono, 2007 ,*strategi pemasaran. Edisi ke dua*, Penerbit andi, Yogyakarta. hlm 260.

tempat lain. empat karakteristik jasa yang dapat membedakan dengan jasa lain yaitu, *intangibility*, *heterogeneity*, *inseparability*, *perishability*. Sehingga kualitas jasa juga sangat penting dalam menentukan kepuasan terhadap pelanggan⁷

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan, harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan, banyak rumah makan yang bangkrut dikarenakan patokan harga yang tidak sesuai dipasar. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.⁸

Harga tergantung pada kebijakan dari rumah makan tersebut dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga dari suatu barang atau jasa sangat relatif sifatnya. Rumah makan haruslah selalu memantau harga yang telah ditetapkan oleh pesaing supaya harga yang ditentukan oleh rumah makan tersebut tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah.

Bagi para pelanggan, harga sering kali dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang atau jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan, tetapi juga digunakan sebagai indikator kualitas produk dan layanannya.⁹ Oleh karena itu, Rumah Makan dituntut agar dapat menawarkan produk yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan

⁷Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*(Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.

⁸Kotler.Philip.2010. *Principles of Marketing*.Edisi 13. United states of America:pearson. hlm 314.

⁹Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Rajawali Pers. hlm 194

memberikan harga yang cocok dengan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

Berikut research gap dari 3 variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi variable dependen yaitu kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Research Gap kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Judul	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	Dalam penelitian ini Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Suryani purnama dan Rizki sandrini (2012)
	Sedangkan dalam penelitian ini terdapat perbedaan yang mana kualitas produk mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Ika mariana zulaikha (2015)

Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang diteliti oleh suryani purnama dan rizki sandrini, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan¹⁰. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh ika mariana zulaikha yang menunjukkan bahwa

¹⁰ Suryani Purnama dan Rizki Sandrini. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Tas Sophie Paris*. Forum Ilmiah Volume 9 Nomer2, Mei 2012.

kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan¹¹.

Tabel 1.2
Research Gap kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

	Hasil penelitian	Peneliti
pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.	Eka purwanti (2016)
	Terdapat pengaruh negatif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.	Nurul qomariah (2012)

Berdasarkan tabel 1.2 variabel kualitas pelayanan pada penelitian eka purwanti (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan¹². Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh nurul qomariah (2012) menunjukkan hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan¹³.

¹¹ Ika Mariana Zulaikha. *Pengaruh Kualitas Layanan, Store Image, Kualitas Produk, Lingkungan Belanja, dan Harapan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen di Swalayan As-Gross Ar-Royan Solo*. Skripsi Tahun 2015

¹² Eka Purwanti. *Analisis Penerapan Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Salon Dan Spa Moz5 Cabang Palembang*. Skripsi Palembang 2016.

¹³ Nurul Qomariyah. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Universitas Muhammadiyah Di Jawa Timur)*. Skripsi Jawa Timur 2012.

Tabel 1.3
Research Gap harga terhadap kepuasan pelanggan

	Hasil penelitian	Peneliti
pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan	Terdapat pengaruh positif antara harga dengan kepuasan pelanggan.	Eviana Saputri (2017)
	Terdapat pengaruh negatif antara harga dengan kepuasan pelanggan.	Rondonuwu (2013)

Berdasarkan tabel 1.3 variabel harga pada penelitian Eviana (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan¹⁴. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Rondonuwu (2013) menunjukkan hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan¹⁵.

Berdasarkan research gap diatas yang merupakan dari peneliti-penelitian terdahulu, yang menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari masing masing variable yang dianggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hal tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian studi tentang

¹⁴ Eviana Saputri. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen (Pada Konsumen Pengguna Tas Elizabeth Di Semarang)*. Skripsi Semarang 2017.

¹⁵ Rondonuwu. *Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan pengaruhnyaterhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada Pt. Wahana Wirawan Manado*. Jurnal Emba. Issn 2303-1174. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 718-728

“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kejora Indah Palembang”

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan Maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kejora Indah Palembang ?
2. Apakah ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kejora Indah Palembang ?
3. Apakah ada pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kejora Indah Palembang ?
4. Apakah ada pengaruh antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kejora Indah Palembang.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan rumah makan kejora indah Palembang.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan kejora indah Palembang.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan rumah makan kejora indah Palembang.

4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan rumah makan kejoora indah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan pemasaran serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan menyusun dalam bidang manajemen pemasaran, yaitu yang berkaitan dengan perilaku konsumen, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan

2. Secara praktis

- a. Bagi perusahaan

sebagai bahan masukan dalam usaha meningkatkan kualitas demi untuk menciptakan kepuasan pelanggan

- b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi penulis maupun mahasiswa mengenai perilaku kepuasan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.