

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada zaman globalisasi sekarang ini dunia usaha banyak sekali mengalami kemajuan dan perubahan yang sangat pesat. Perubahan yang terjadi ditandai dengan kemajuan teknologi, pola pikir masyarakat yang berkembang dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan yang terjadi, tentu menuntut kita untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan zaman konsep pemasaran juga turut mengalami perkembangan. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak bermunculannya produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai macam kelebihan dan keunikannya. Sehingga peran pemasaran sekarang ini sangat penting sebagai penunjang kemampuan suatu usaha yang digeluti agar dapat terus bertumbuh.

Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Salah satu bidang usaha yang sekarang ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah dibidang makanan. hal ini ditandai dengan banyak bermunculannya rumah makan . Rumah makan saat ini sudah menjadi incaran banyak konsumen untuk dijadikan ajang berkumpul dengan

saudara, keluarga dan teman. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pengusaha yang bergerak di bidang makanan untuk terus mengembangkan usahanya.

Konsumen penggemar makanan memilih suatu produk bukan hanya dilihat dari kemasan atau cita rasa yang diberikan dari suatu produk. Konsumen akan memberikan penilaian tersendiri terhadap produk yang akan dipilih sebelum melakukan atau memutuskan suatu pembelian, oleh karena itu produsen atau pengusaha dibidang makanan sekarang ini perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan demi menunjang penjualan produk. Pengertian produk (*product*) menurut Kotler mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>1</sup> Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud seperti pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan atau bauran dari semua wujud di atas. Seorang pemasar yang handal dalam menjual produk yang ditawarkan kepada konsumen tidak harus menjelaskan semua itu dari segi pendekatan ilmu semuanya, namun juga harus menjelaskan dari segi pendekatan seni menjual yang bertujuan untuk menarik dan mengubah persepsi konsumen dalam memandang sebuah produk. Termasuk mampu menjelaskan bahwa produk tersebut mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

Lovelock mendefinisikan kualitas adalah tingkat mutu yang di harapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi

---

<sup>1</sup> Irham Fahmi. *Perilaku Konsumen (Teori dan Aplikasi)*, Cetakan kesatu. (Bandung : Alfabeta, 2016), Hal.4

kebutuhan konsumen.<sup>2</sup> Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang menawarkan kualitas akan menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan.

Hal yang sangat penting agar bisnis tetap bertahan dan maju, dengan memberikan layanan terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Adhiyanto, menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dalam suatu perusahaan akan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan.<sup>3</sup> Kualitas layanan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas layanan merupakan segala kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar sesuai harapan mereka.

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan

---

<sup>2</sup> Fajar Laksana. *Manajemen Pemasaran ; Pendekatan Praktis*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 88

<sup>3</sup> Mochlas Adhiyanto, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (BLKI) Semarang. Skripsi*. Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2012. h. 1-69

merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas jasa (kualitas teknik, dan kualitas pelayanan) dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat sesaat. Kualitas pelayanan erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan ini sesuai definisi secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui jasa yang dikonsumsi.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang maupun jasa. Jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an dalam surah Al Baqarah/2:267 sebagai berikut:



مَّمُوا وَلَا الْأَرْضِ مِّنْ لَّكُمْ أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفِقُوا ۗ وَالَّذِينَ يَتَأْتِيهَا  
حَمِيدٌ غَنِىَّ اللَّهُ أَنْ وَاعْلَمُوا فِيهِ تَغْمُضُوا ۗ إِنَّ الْآيَاتِ خَذِيهِ وَلَسْتُمْ تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَاتِ

Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam konsep islam diajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa, agar memberikan layanan yang baik dan berkualitas, bukan layanan yang buruk atau tidak berkualitas. Sehingga hal tersebut dapat menciptakan sebuah kepuasan tersendiri bagi pelanggan.

Ada beberapa faktor yang dapat di pertimbangkan oleh pelanggan dalam menilai suatu pelayanan, yaitu: Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang sepadan. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, pelanggan sendiri yang menilai tingkat kepuasan yang mereka terima dari barang atau jasa spesifik yang diberikan, serta tingkat kepercayaan mereka terhadap kemampuan pemberi pelayanan. Hal inilah yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta menciptakan loyalitas pelanggan.

Seblak Nampol Palembang adalah sebuah usaha rumahan yang awalnya di jajakan di media sosial, akan tetapi ternyata seblak nampol mampu menarik perhatian konsumen. Seblak nampol berdiri pada awal tahun tahun 2016 dan hingga sekarang sudah memiliki 4 cabang utama dan puluhan franchise khususnya di Palembang.<sup>4</sup> Di tengah ketatnya persaingan, kualitas produk dan pelayanan menjadi senjata ampuh Seblak Nampol untuk tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan. Seblak Nampol hadir dengan mengedepankan kualitas produk, karena bagi pemilik Seblak Nampol memberikan produk berkualitas itu merupakan

---

<sup>4</sup> “Seblak Nampol Palembang” <https://sumeks.co/sukses-berpromosi-seblak-nampol-kian-digandrungi/> (di akses pada 22 oktober 2019 pukul 13.45 WIB)

sebagian dari cara memuaskan pelanggan. Kualitas yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga akan berdampak pada calon pelanggan.

Hal menarik bagi pelanggan Seblak Nampol Palembang adalah pelanggan bisa menikmati seblak dengan tingkat kepedasan yang terdiri dari level 0-5. Hal ini tentu menambah tingkat kepuasan pelanggan karena bisa menyantap pesanan sesuai dengan selera. Ditambah juga dengan menu Seblak Nampol Palembang yang tidak hanya menyediakan seblak saja, tetapi ada juga menu-menu makanan lain seperti bakso nampol, pisang nampol, siomay batagor nampol dan makanan kekinian lainnya. Hal tersebut dilakukan Seblak Nampol untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Dengan cara tersebut pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan Seblak Nampol dan akan melakukan pembelian ulang, pembelian ulang secara terus menerus akan menimbulkan loyalitas pelanggan.

Menyadari peran penting pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keuntungan, Seblak Nampol berupaya mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan terhadap pelanggan. Seblak Nampol yang bergerak di bidang makanan terus menerus meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Terdapat *research gap* untuk beberapa variabel pada penelitian terdahulu yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu :

**Table 1.1**  
**Research Gap**  
**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	Terdapat Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	1. Monica Maria (2013) <sup>5</sup> 2. Rindu Nadia dewi (2015) <sup>6</sup>
	Tidak Terdapat Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	1. Rizki Indrawati (2017) <sup>7</sup>

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan oleh Monica Maria menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut sama dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rindu Nadia Dewi yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas Produk terhadap Kepuasan pelanggan.

---

<sup>5</sup> Monica Maria, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake” Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 6. No. 1, April 2013

<sup>6</sup> Rindu Nadia Dewi, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Bangka” Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis vol. 3, no. 1, 2015, 32-40

<sup>7</sup> Rizki Indrawati “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Toko Mukena Al-Kharimah Rejotangan Tulung Agung)” <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/5511>

Namun bertentangan dengan hasil tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Rizki Indrawati mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 1.2**

***Research Gap***

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Terdapat Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	1. Ida Ayu Inten Surya Utami (2015) <sup>8</sup> 2. Dwi Aliyyah Apriyani (2017) <sup>9</sup>
	Tidak Terdapat Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	1. Dhita Tresiya (2018) <sup>10</sup>

<sup>8</sup> Ida Ayu Inten Surya Utami “ *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*” E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 7, 2015

<sup>9</sup> Dwi Aliyyah Apriyani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo)” Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 51 No. 2 Oktober 2017

<sup>10</sup> Dhita Tresiya “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-jek di Kota Kediri*” JIMEK – Volume 1 Nomor 2 Desember 2018

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan oleh Ida Ayu Inten Surya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut sama dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aliyyah Apriani yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas Pelayanan toko terhadap kepuasan pelanggan.

Namun bertentangan dengan hasil tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Dhita Tresiya mengenai pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka dengan ini penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Seblak Nampol Palembang)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan seblak nampol Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan seblak nampol Palembang ?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan seblak nampol Palembang?
4. Bagaimana kualitas produk , kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi islam?

### **C. Batasan Masalah**

Keterbatasan waktu, tenaga serta kemampuan yang penulis miliki maka penelitian ini hanya dibatasi pada Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Seblak Nampol Palembang.

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Seblak Nampol di Palembang.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Seblak Nampol di Palembang.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan seblak nampol Palembang.
4. Untuk mengetahui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi islam.

### **E. Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti, Sebagai media untuk memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti. Memberikan gambaran pelaksanaan pemasaran dalam berbisnis.
2. Manfaat bagi perusahaan, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan meningkatkan volume penjualan untuk lebih eksis lagi didunia kuliner Palembang .
3. Manfaat bagi pihak akademisi, Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu, terutama yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.
4. Manfaat bagi pihak lain, Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide-ide baru untuk selanjutnya, dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan atau instansi lain yang menghadapi permasalahan yang sama.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran secara jelas tentang penelitian yang akan dilakukan, maka disusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang akan dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I           Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

## **BAB II Tinjauan Pustaka**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

## **BAB III Metodologi Penelitian**

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, dan teknik analisis data.

## **BAB IV Hasil dan Pembahasan**

Bab ini membahas mengenai deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

## **BAB V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berhasil di ambil oleh penulis dari penelitian yang sudah dilakukan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**