

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi sekarang banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Suatu zaman yang benar-benar telah berubah dari zaman sebelumnya, dari zaman agrikultur menuju ke zaman industri dan selanjutnya sampai ke zaman internet yang masing-masing memiliki pencirinya sendiri. Kemajuan dan perubahan zaman, pada ekonomi serta ragam pekerjaan baru yakni adanya perusahaan besar dan kecil di Indonesia yang dapat berhubungan langsung lewat komunikasi internet. Sehingga membuat semua pekerjaan menjadi lebih mudah bagi setiap orang, jarak dan waktupun menjadi sangat kecil dan tidak lagi menjadi pembatas,¹ dari segi pelayanan perdagangan melalui internet menyediakan waktu 24 jam sehari sehingga pelanggan dapat lebih fleksibel dalam memenuhi kebutuhannya.²

Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut, semakin banyak usaha yang bermunculan, baik yang sudah menjamur maupun yang masih termasuk usaha baru. Dengan demikian maka dapat dilihat bahwa sektor dunia usaha telah menjadi suatu arena persaingan yang sengit dan tidak ada henti-hentinya bagi perusahaan-perusahaan yang berperan didalamnya, termasuk rumah

¹ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 2-7.

² Amat Komari, “*Pengaruh ketersediaan Produk, efisiensi waktu, harga, dan kenyamanan terhadap frekwensi pembelian produk melalui internet*”, KINERJA, Vol. 7, No.1 tahun 2003, Hlm. 81.

makan. Meningkatnya pendirian rumah makan di berbagai tempat merupakan hasil dari permintaan pasar yang memang meningkat.

Dari keseluruhan macam bisnis makanan yang ada di Palembang, hampir 70% bisnis makanan di Palembang merupakan rumah makan atau restoran. Dimana rumah makan jenis ini menawarkan menu-menu untuk konsumsi keluarga. Di lain pihak, apabila ditinjau dari sisi konsumen, dapat dilihat bahwa terjadi perubahan perilaku masyarakat Palembang dalam mengkonsumsi produk makanan dan minuman khususnya di rumah makan atau restoran. Saat ini terdapat semacam trend bahwa perilaku makan dan minum di rumah makan bukan saja sekedar untuk memenuhi kebutuhan akan rasa lapar, tetapi sudah menjadi semacam gaya hidup tersendiri.

Rumah makan Sri Melayu menjadi tempat untuk bertemu dan bersosialisasi dengan kenalan ataupun keluarga (hal ini biasanya yang menjadi tujuan bagi kelompok konsumen usia orang dewasa), menjalin hubungan bisnis, bahkan bagi kelompok konsumen tertentu, perilaku makan dan minum di restoran memberikan prestise tersendiri bagi konsumen. Tren tersebut sedikit banyak dipicu pula oleh perubahan gaya hidup dan selera konsumen yang lebih moderen sehingga menjadikan rumah makan sebagai salah satu tempat yang menarik untuk melakukan pertemuan baik dalam dunia bisnis maupun non bisnis dan berbicara tentang rumah makan atau restoran seperti Sri Melayu bukan lagi menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan makan tapi juga memenuhi tuntutan gaya hidup yang modern.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih spesifik mengenai segmen orang dewasa dan tua sehubungan dengan bagaimana perilaku mereka dalam membeli makanan dan minuman di rumah makan Sri Melayu Palembang. Segmen orang dewasa dan tua di dalam penelitian ini diawali oleh kelompok pelanggan yang telah mengenal dan mengetahui tentang harga, produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan di rumah makan Sri Melayu, dimana akan digali bagaimana kepuasan mereka dalam membeli makanan dan minuman di rumah makan Sri Melayu. Pentingnya meneliti dan mengetahui bagaimana pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bagi rumah makan Sri Melayu yaitu agar pihak Sri Melayu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dilihat dan dinilai oleh para konsumen dan membuat mereka puas terhadap harga, produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan agar tetap menjaga eksistensi rumah makan Sri Melayu di mata konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima, dan juga dituntut untuk investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan pelanggan saat ini dan masa depan. Churchill dan Surprenant mengartikan kepuasan pelanggan sebagai hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara reward dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya.³

Konsumen/langganan yang dilayani keinginannya secara memuaskan merupakan konsumen perorangan atau rumah tangga dan konsumen industri atau

³Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2014), hal. 366.

organisasi. Bagi keinginan konsumen/langganan sangat sulit dicapai karena orang-orang yang terdapat dalam tim/kelompok pembeli suatu barang berbeda-beda .⁴ Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari jenis harga, produk, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri.⁵

Kualitas pelayanan ialah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.⁶ Kualitas yang baik diharapkan mampu untuk memberikan kepuasan bagi setiap konsumen yang datang dan menikmati layanan yang diberikan. Namun kualitas pelayanan hanya akan dilihat dari sudut pandang konsumen, yang mana muncul sebuah persepsi yang ada dibenak setiap konsumen sebagai penilaian apa yang dirasakan dalam mendapatkan sebuah jasa pelayanan. Menurut Zeithaml, bitner dan Gremler Setiap konsumen memiliki persepsi dan sekaligus ekspektasi terhadap setiap pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, apabila perspesi atas kualitas pelayanan yang diterima rendah dari pada ekspektasi yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan tersebut buruk dan dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen, sebaliknya apabila persepsi atas kualitas pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan lebih tinggi dari pada ekspektasi yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan tersebut baik dan dapat menyebabkan

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), Hal. 93-95.

⁵ Resty Avita Haryanto, "Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran MCDONALD Manado" EMBA. Vol. 1 No. 4, Desember 2013, Hal. 1466.

⁶ Sangadji, Etta dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 100.

kepuasan konsumen.⁷ Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah rumah makan adalah produk dan harga.

Produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Menurut Indriyo Gitosudarmo, produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Kini konsumen semakin kritis dalam hal kualitas dan ini memaksa pelaku bisnis untuk berinovasi dalam setiap produknya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang kuliner ini kualitas produk menjadi hal yang utama yang harus diperhatikan. Karena berkualitas atau tidaknya produk yang dihasilkan akan berdampak pada tingkat kepuasan konsumen.

Harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan. Oleh karena itu harga harus ditetapkan. Harga juga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih atau membeli suatu produk. Dari harga tersebut konsumen dapat merasakan manfaat atau nilai dari produk yang telah dibelinya. Dan konsumen akan semakin puas apabila manfaat dari produk tersebut sebanding atau lebih dari nominal yang mereka keluarkan.⁸ Menurut Kotler harga adalah Sejumlah uang yang diberikan

⁷ Endo W.Kartika, "Kualitas Layanan dan kepuasan Konsumen: Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap Restoran Jepang Di Kota Surabaya" Manajemen Pemasaran. Vol. 9 No.2. Oktober 2015. Hal. 71.

⁸ Jefry dan Agus Supandi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Lamongan di Kota Manado", EMBA Vol. 2, No.3 September 2014, Hlm. 1804.

pada suatu produk tertentu.⁹ Pada umumnya, Konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal atau relatif terjangkau dengan kualitas makanan yang baik.¹⁰

Sri Melayu merupakan rumah makan yang memiliki salah satu layanan dari penyambutan oleh karyawan dan karyawan yang sudah siap untuk membantu pelanggan yang baru datang, untuk memberikan layanan sebaik mungkin kepada pengunjung dengan konsep rumah makan memberikan kesan dimana berfokus pada bangunannya bergaya khas Palembang yang sebagian besar terbuat dari kayu di sekeliling bangunan terdapat pepohonan rindang, ditengah-tengah rumah makan juga terdapat sebuah kolam ikan. Dengan Produk berupa makanan yang disajikan oleh rumah makan Sri Melayu memiliki keunggulan tersendiri, Adapun produk berupa makanan yang disajikan oleh rumah makan sri melayu ialah makanan khas daerah seperti aneka pindang patin, pindang baung, sambal buah, sedang lauk yang dapat dipilih berupa aneka chinese food, dan lainnya.

Oleh karena itu, Objek Penelitian ini adalah rumah makan Sri Melayu Palembang. Berdasarkan data yang didapat dari wawancara dengan manager rumah makan Sri Melayu yaitu bapak Firman mengenai jumlah pengunjung. Bapak Firman mengatakan bahwa jumlah pengunjung tidak menetap setiap harinya dimana jumlah pengunjung kurang lebih 150 orang per-hari, pernah juga

⁹Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus* (Yogyakarta: CAPS, 2013), hlm. 131.

¹⁰ Dita Amanah, “ *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan*” *Keuangan & Bisnis*. Vol. 2. No. 1. Maret 2010. Hal. 71.

mengalami penurunan dibawah 50 orang pengunjung dan meningkat di atas 150 orang hanya ada dihari-hari tertentu.¹¹ Dari hasil wawancara dia atas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung di rumah makan pernah mengalami kenaikan dan penurunan.

Sri Melayu sebagai rumah makan yang sedang berkembang saat ini telah mengetahui ketatnya persaingan bisnis saat ini. Untuk itu Sri Melayu senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan kepada mereka melalui inovasi dan cita rasa yang tidak berubah dari produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga terlihat berbeda dengan produk perusahaan lain.

Semua perusahaan tentu ingin tetap populer dan menjadi lebih unggul. Untuk tetap bertahan di dunia bisnis maka sebuah perusahaan harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat. Langkah penting untuk menetapkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya harus dapat menyediakan jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan bagi pelanggannya seperti harga, produk, dan kualitas pelayanan. Rumah makan Sri Melayu belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali, beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap para pelanggan.

¹¹ Wawancara dengan Manajer Rumah Makan Sri Melayu, Tanggal 18 juni di Rumah Makan Sri Melayu Palembang.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya tiga *research gap* variabel indeviden yaitu harga, produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 1.1

Ringkasan Research Gap Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

<i>Research Gap</i>	Hasil	Penelitian
Terdapat perbedaan hasil penelitian Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan	Teerdpat pengaruh positif	1. Roni 2. Eviana 3. Sarah 4. Erni 5. Ghozali
	Terdapat pengaruh negatif	1. Rondonuwu

Sumber dikumpulkan dari berbagai penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 variabel harga pada penelitian Roni (2016), Eviana (2017), Sarah (2014), Erni (2016), Ghozali (2014), menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan pada penelitian Rondonuwu (2016), menunjukkan hasil yang berbeda bahwa harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin banyak penelitian yang menyatakan pengaruh signifikan dan positif membuat peneliti untuk membuktikan kebenaran dari *Research Gap* yang dikumpulkan.

Tabel 1.2**Ringkasan *Research Gap* Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

<i>Research Gap</i>	Hasil	Penelitian
Terdapat perbedaan hasil penelitian pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan	Terdapat pengaruh positif	1. Julian Rizaldy 2. Roni 3. Eviana 4. Sarah
	Terdapat pengaruh negatif	1. Cintya

Sumber dikumpulkan dari berbagai penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 1.2 variabel produk pada penelitian Roni (2016), Sarah (2014), Eviana (2017), Julian Rizaldy (2017), menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan pada penelitian Cintya (2015), menunjukkan hasil yang berbeda bahwa produk berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1.3**Ringkasan *Research Gap* Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

<i>Research Gap</i>	Hasil	Penelitian
Terdapat perbedaan hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	Terdapat pengaruh positif	1. Eka Purwanti 2. Rusdalina 3. Dwi Septi 4. Fiara Firdanila
	Terdapat pengaruh negatif	1. Nurul Qomariah

Sumber: dikumpulkan dari berbagai penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 1.3 variabel kualitas pelayanan pada penelitian Eka Purwanti (2015), Rusdalina (2017), Dwi Septi (2017), Fiara Firdanila (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan pada penelitian Nurul Qomariah (2011),

menunjukkan hasil yang berbeda bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan *Research Gap* diatas yang merupakan penelitian-penelitian terdahulu, berbagai penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari masing-masing variabel yang dipandang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul:“**PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH MAKAN SRI MELAYU PALEMBANG**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Sri Melayu Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Sri Melayu Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Sri Melayu Palembang?
4. Apakah terdapat pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Sri Melayu Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Sri Melayu Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Sri Melayu Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Sri Melayu Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Sri Melayu Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, dalam menerapkan ilmu perekonomian syari'ah, khususnya gambaran pengetahuan tentang harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dapat dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun skripsi dengan baik dan benar.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti ini diharapkan bisa menambah ilmu dan wawasan tentang kepuasan pelanggan agar dapat memperdalam ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
- b. Bagi rumah makan Sri Melayu penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah evaluasi untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan terhadap pelanggannya. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang telah membeli produk atau jasa pada rumah makan tersebut.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam pembacaan, secara umum studi penelitian ini dibuat dalam beberapa bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam Bab ini menjelaskan landasan teori yang menjadi acuan dalam menganalisis data yang telah diproses, yang berisi tentang pengertian harga, produk dan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan. Kerangka pemikiran teoritis, penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi deskripsi mengenai setting penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrumen penelitian yang terdiri dari validitas instrumen dan uji reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini akan diuraikan mengenai gambaran Umum objek penelitian, karakteristik responden, analisis data, uji estimasi parameter dan pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.