

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha membuat persaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan konsumen. Persaingan memberikan yang terbaik kepada konsumen setelah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Semakin banyaknya perusahaan sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk/jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya. Keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan perusahaan¹.

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok

¹*Jurnal Riset Manajemen*, Volume 2, No 1 Maret 2019 I 197.

manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan bisnis kuliner ini disertai dengan semakin banyaknya restoran-restoran yang bermunculan, baik itu restoran biasa maupun restoran *fast food*. Menu dan fasilitas yang ditawarkan semakin berkembang, mulai dari tempat yang hanya sekedar untuk menikmati makanan rumahan dengan menu sederhana hingga restoran mewah yang menyajikan berbagai macam menu unik dan mewah bertaraf internasional.

Restoran sederhana adalah perusahaan waralaba Indonesia yang bergerak di bidang jasa boga atau makanan dengan ciri khas masakan padang. Dalam penelitian ini dilakukan di restoran sederhana yang terletak di Kelurahan Timbangan Indralaya, Kabupaten Ogan Ilir (OI) Tepatnya Di Jalan Lintas Timur KM 32,5. Peresmian operasional Restoran Sederhana ini dilakukan oleh Bupati OI, Mawardi Yahya. Yang mendukung didalam restoran sederhana ini ialah terdapat beberapa factor kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga.

Kualitas produk merupakan salah satu hal yang penting dalam memilih suatu produk. Konsumen menginginkan kualitas produk yang

terbaik dalam melakukan keputusan pembelian. kualitas produk (*product quality*) adalah karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan dan memiliki kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.²

Kualitas pelayanan merupakan suatu produk dalam suatu perusahaan jasa untuk menarik minat pengguna jasa. Pentingnya pelayanan dalam suatu perusahaan sangat menentukan akan keberhasilan strategi pemasaran. Pelayanan yang baik adalah mengetahui akan keinginan konsumen demi kepuasan yang mereka dapatkan. Pelayanan ini akan mendukung tercapainya tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan, pelayanan mempunyai tolok ukur kepada kepuasan konsumen.³

Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual

²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (PT Indeks New Jersey Jilid 2, Edisi 12 Tahun 2007)

³Ahmad Mardhalis, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, Jurnal manajemen Pemasaran, 2005, Vol 9, No 2. Pp 111-119.

atau pemilik jasa.⁴ Hubungan harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga, maka keputusan pembelian rendah, sebaliknya jika harga rendah, maka keputusan pembelian tinggi.⁵

Kepuasan pelanggan adalah harapan dari setiap pelanggan yang merupakan keyakinan atau perkiraan pelanggan tersebut tentang apa yang akan diterimanya yang diungkapkan, baik lisan maupun non lisan. Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Kepuasan pelanggan adalah salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan, kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut.⁶ Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas dibenak pelanggan yang merasa puas. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan

⁴Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles Of Marketing*, Global Edition, 2012, 14 Edition, Pearson Education.

⁵Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 9, New Jersey.

⁶ Nugroho dan Dwi Mulyono. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal OE Vol 7, No 2 Juli 2015.

pelanggan tersebut merasa terpenuhi, sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran semau apa pelanggan melakukan pembelian lagi.⁷ Kepuasan pelanggan tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan pelanggan.⁸

Faktor- faktor kepuasan pelanggan diantaranya yaitu kualitas produk untuk memilih suatu produk dalam mendapatkan kecocokan bagi pelanggan dengan pelayanan yang baik dan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu pelanggan merupakan alasan mengapa suatu perusahaan tetap eksis, dan tanpa pelanggan perusahaan tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Apabila manfaat yang diberikan melebihi harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas dan meningkatkan loyalitas pelanggan.⁹

Hasil wawancara terhadap beberapa pelanggan restoran sederhana indralaya.¹⁰ Mereka menyatakan bahwa kualitas produk

⁷ Mila Rachmawati, *Sukses Bisnis Rumah Makan Padang*, (Kriya Pustaka, 2009).

⁸ Ade Syarif Maulana, *pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT.TOI*. Jurnal Ekonomi, Vol. 7 No. 2, 2016.

⁹ Eko Widodo dan Suparno, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hal 96.

¹⁰ Wawancara kepada bapak mustar pengunjung restoran sederhana indralaya, Kamis 30-01-2020, pukul 15:35.

dirasakan cukup baik dan bersaing dengan rumah makan lainnya, hal ini bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga menentukan jumlah pelanggannya. Untuk kualitas pelayanan lebih ditingkatkan lagi. Tetapi harga masih dikategorikan, meskipun produk yang diperoleh baik dan lokasi yang mudah terjangkau hal ini bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga menentukan jumlah konsumennya.

Dari hasil wawancara tersebut dan berdasarkan hasil penelitian terdahulu, penulis mengidentifikasi adanya *research gap* dari variabel independen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sebagai berikut:

Tabel 1.1

***Research Gap* Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	Terdapat Pengaruh Positif Antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	Rosa Lesmana Dan Ratnasari (2019)
	Tidak Terdapat Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	Putu Ayu Yulia Pusparani Cintya Damayanti (2014)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai penelitian, 2019

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang diteliti oleh Rosa Lesmana dan Ratnasari¹¹ menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Putu Ayu Yulia Pusparani Dan Cintya Damyanti¹² yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

¹¹Rosa Lesmana Dan Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Radekatama Piranti Nusa* , Jurnal Pemasaran Kompetitif : Vol 2 No.2 Februari 2019.

¹²Putu Ayu Yulia Pusparani dan Cintya Damayanti, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens*, Jurnal: Vol 3 No. 5 May 2014

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 Terhadap Kepuasan Pelanggan	Riska Maulani Dan Yunita Fitri W (2018)
	Tidak Terdapat Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Dwi Riska (2000)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai penelitian, 2019

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang diteliti oleh Riska Maulani Dan Yunita Fitri W¹³ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Dwi Riska¹⁴ yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

¹³Riska Maulani Dan Yunita Fitri W, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pamela Empat Supermarket)*, Jurnal Vol. 26 No. 2, 2018.

¹⁴Dwi Riska, *Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Syariah*, Jurnal Vol.1 No.1, April 2000.

Tabel 1.3

***Research Gap* Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	Terdapat Pengaruh Positif Antara Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	Abdul Gofur (2019)
	Tidak Terdapat Pengaruh Antara Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	Henri Anggi Pramana (2018)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai penelitian, 2019

Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan yang diteliti oleh Abdul Gofur¹⁵ menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Henry Anggi Pramana¹⁶ bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

Sehubungan dengan uraian diatas, adapun fenomena serta research gap, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul:” **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Sederhana Indralaya**”.

¹⁵Abdul Gofur, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Vol. 4, No.1 Februari 2019. ISSN 2527-2165.

¹⁶ Henry Anggi Pramana, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Special Sambel Ums Solo)*, Skripsi: 2018.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran sederhana indralaya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran sederhana indralaya?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran sederhana indralaya?

1.3 Batasan Masalah

Menghindari dari meluasnya permasalahan dan agar mendapatkan sasaran yang diharapkan maka peneliti ini hanya memfokuskan pada permasalahan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan restoran sederhana Indralaya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran sederhana indralaya.

2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran sederhana indralaya.
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran sederhana indralaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang kajian pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan restoran sederhana.

1.5.2 Kegunaan secara praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang didapat tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan restoran sederhana.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan bacaan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun Sistematika Penulisan dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran keseluruhan isi dari penelitian. Terdiri dari lima bab yang masing-masing dirincikan dalam beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, fenomena dan gambaran yang mendasari diadakannya penelitian. Rumusan masalah merupakan pernyataan mengenai keadaan

yang memerlukan jawaban penelitian, tujuan penelitian berisi tentang hal yang ingin dilakukan. Manfaat penelitian dan Sistematika penulisan yang mencakup uraian singkat pembahasan materi dari tiap bab.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori yang digunakan dalam penelitian untuk mengembangkan hipotesis kerangka berpikir, pengembangan hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang ruang lingkup penelitian secara singkat, metode penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data berupa alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, karakteristik responden, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian, tujuan dan penelitian, kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Implikasi dari penelitian menunjukkan kemungkinan penerapannya, kelebihan dan kekurangan, dan saran-saran yang berisi keterbasan dari penelitian yang telah digunakan beserta saran bagi penelitian yang akan datang