

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini berkembang pesat. Salah satu bisnis yang banyak diminati dan berkembang pesat yaitu bisnis makanan atau kuliner (Sukmawati, 2018). Banyaknya usaha yang bermunculan dan bergerak di bidang yang sama, membuat perusahaan dituntut untuk dapat terus berkembang sehingga mampu menghadapi persaingan yang ada. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama, akan tetapi yang membedakan adalah harga, kualitas pelayanan dan lokasi diharapkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Oleh karena itu, perusahaan harus mampu serta tanggap dan cepat dalam mengambil keputusan agar usaha yang di dirikan dapat berkembang dengan baik, dapat mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Perusahaan juga harus mampu untuk menciptakan kebijakan-kebijakan strategi baru dalam memasarkan produk barang dan jasa agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya bidang kuliner dalam menjalankan usahanya. Pentingnya perhatian terhadap konsumen dengan melihat keinginan dan kebutuhan serta kepuasan dari pelayanan dapat menjadi kunci agar keberhasilan sebuah usaha di dalam persaingan yang kian ketat saat ini (Sofyan et al., 2019) . Maka dari itu, pelaku usaha diharuskan agar bisa menyajikan suatu yang berharga dan memberi makna yang mengesankan di dalam diri konsumen melalui kepuasan yang sepadan dengan kualitas produk maupun jasa yang ditawarkan.

Saat ini banyak bisnis kuliner yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Kotler (2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Surveyardini et al., (2023) di antaranya yaitu harga, kualitas pelayanan, lokasi. Diharapkan para pemilik usaha, khususnya dalam bidang kuliner, benar-benar memperhatikan faktor

pendorong kepuasan tersebut. Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu Perusahaan.

Faktor harga juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga juga termasuk suatu faktor yang kuat didalam penjualan (Riztando, 2019). Penetapan harga harus melihat segmen pasar konsumen yang dituju supaya konsumen mampu membeli produk tersebut. Dari sisi konsumen, faktor harga menjadi acuan dan pertimbangan dalam memutuskan pembelian. Melihat dari faktor harga sebuah produk juga membentuk persepsi dari konsumen perihal produk itu sendiri. Seperti menurut Lativa, (2021) Harga yang diberikan oleh suatu tempat usaha berpengaruh besar dalam menarik konsumen untuk membeli kedua kalinya.

Selain faktor harga, faktor lokasi juga tidak kalah penting. Lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Menurut Heizer dan Render, (2015) lokasi adalah suatu faktor yang mempengaruhi biaya maupun pendapatan yang seringkali dapat mempengaruhi suatu strategi bisnis dan lokasi diharapkan dapat memberikan memaksimalkan keuntungan yang didapat dari perusahaan. Dalam menjalankan usahanya, seorang pengusaha harus memilih lokasi yang dinilai strategis di suatu kawasan yang dekat dengan keramaian kota dan aktifitas masyarakat sehingga dapat mudah dijangkau. Hal ini akan turut mempengaruhi keberlangsungan dari usaha tersebut.

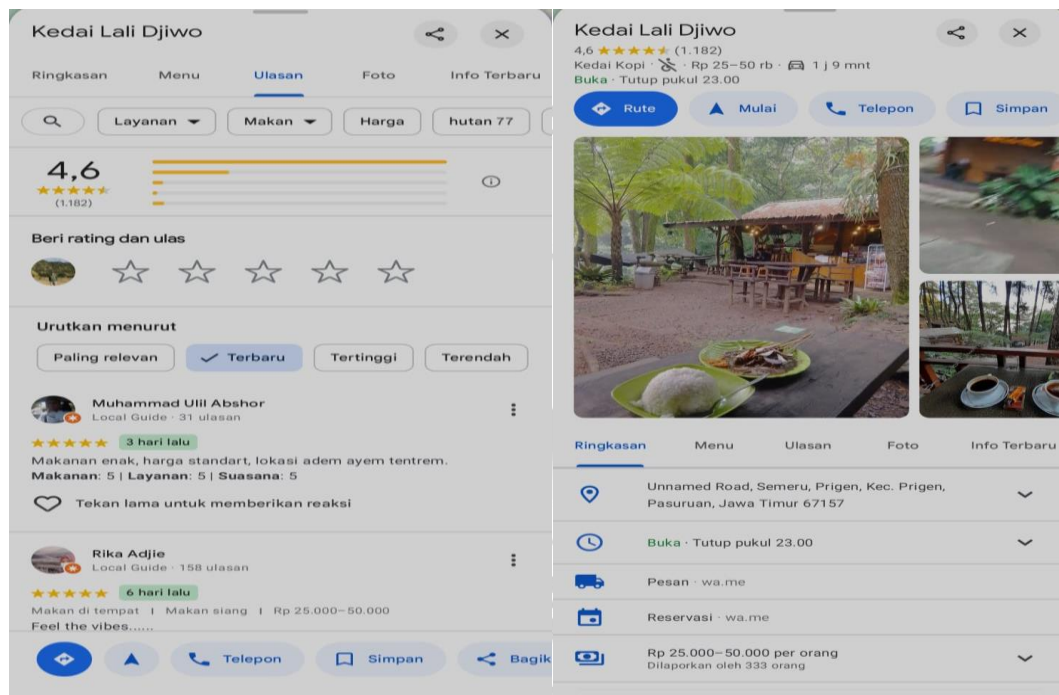
Pelaku usaha yang berkecimpung dalam bidang jasa seperti ini harus pandai dalam menentukan lokasi yang akan digunakan sebagai tempat usaha dan melaksanakan semua kegiatan operasionalnya, sebab lokasi yang bagus, strategis, dan nyaman tentunya menguntungkan pelaku usaha dalam menjaring konsumen. Menentukan lokasi yang berada di pusat kota, keramaian dan mudah di akses oleh para calon konsumen juga merupakan strategi yang harus dipertimbangkan oleh pelaku usaha (Pangestu et al., 2020). Biasanya seseorang cenderung menentukan tempat kuliner yang lokasinya tidak jauh dari aktivitas atau kegiatan yang dilakukan. Berikut beberapa hal yang berkaitan dengan pemilihan lokasi: akses mudah, dekat dengan pusat pebelanjaan, tidak jauh dari pemukiman, nyaman, aman, tersedia lahan parkir, dan faktor faktor lain (Tjiptono, 2015). Lokasi merujuk kepada semua kegiatan pemasaran yang bertujuan melancarkan dan memudahkan penyaluran produk atau jasa dari produsen untuk menjangkau konsumen.

Lokasi dapat mempengaruhi perasaan, pemikiran, dan tanggapan konsumen mengenai pemilihan tempat dan pembelian konsumen (Suwitho, 2020). Tanggapan yang dirasakan oleh konsumen ini yang mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan dari konsumen tersebut. Rasa tidak puas konsumen merupakan respon dari perasaan ketidaksesuaian dengan harapan konsumen sebelumnya. Kepuasan konsumen merupakan wujud dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan dari konsumen tersebut mampu terpenuhi dan bahkan akan menentukan terjadinya pembelian kembali atau loyalitas yang berkelanjutan (Nugroho, 2022). Dengan harapan yang terpenuhi bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen itu sendiri tentu akan semakin puas pula konsumen tersebut. Sebagai pelaku usaha tentunya harus memiliki strategi dalam penjualan, supaya mampu mempertahankan keberadaan konsumen atau bahkan meningkatkannya lagi.

Saat ini bisnis kedai yang ada di Prigen Kabupaten Pasuruan mulai dari skala kecil hingga skala besar semakin menjamur. Semakin maraknya ragam kuliner dan semakin berkembangnya sejumlah gerai yang menyajikan kuliner yang menjadikan daya tarik penulis untuk melakukan penelitian tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu kedai yaitu Kedai Lalie Djiwo. Kedai Lalie Djiwo Pasuruan merupakan salah satu tempat kuliner atau kedai kopi yang berada di wilayah Prigen, Memiliki lahan yang cukup luas dan pemandangan alam yang menakjubkan tak tertinggal suasana kesegaran alami saat bersantai. Di tempat hal yang demikian khas pegunungan, saat ini masih menjadi pilihan konsumen dari beberapa kedai lain dengan tujuan mencari kuliner untuk menikmati hidangan menu khas Kedai Lalie Djiwo dan sebagai tempat menikmati suasana tenang di daerah pegunungan yang disuguhkan.

Kepuasan konsumen mengenai harga yang dipatok oleh Kedai Lalie Djiwo termasuk terjangkau untuk berbagai macam kalangan. Berbagai menu juga tersedia baik dari segi makanan maupun minuman dengan berbagai varian rasa, dan yang spesial adalah makanan rumahan dan minuman kopi menjadi unggulan yang ditawarkan. Selain dari beragam menu yang ditawarkan, konsep yang menyuguhkan suasana pegunungan dan fasilitas dipikirkan dengan sangat matang agar konsumen memutuskan pilihan dan memilih Kedai Lalie Djiwo untuk dituju. Melihat kepuasan mengenai harga yang ditawarkan, lokasi juga menjadi faktor yang terpenting untuk

mengunjungi lokasi tersebut. Berdasarkan beberapa ulasan yang diberikan konsumen kepada Kedai Lalie Djiwo melalui situs web. Situs web tersebut bisa memberikan ulasan terhadap pengalaman konsumen yang di rasakan setelah mengkonsumsi produk, berikut ini merupakan beberapa ulasan yang diberikan konsumen melalui situs online untuk mendapatkan keluhan kepuasan konsumen pada Kedai Lalie Djiwo:



Gambar 1.1 Informasi Website Kedai Lalie Djiwo Prigen

Sumber: Website Kedai Lalie Djiwo Prigen, 11 Oktober 2023

Kedai lalie djiwo mempunyai jumlah 1.182 ulasan dan rating 4.6 terdapat beberapa konsumen mengatakan bahwa merasa puas mengenai makanan dan layanan di Kedai Lalie Djiwo, dan beberapa keluhan dari konsumen yang merasa kurang puas mengenai akses untuk mengunjungi Kedai Lalie Djiwo tersebut karena jalan untuk menuju kedai sangatlah makadam, curam dan berkelok yang menjadikan keluhan saat mengunjungi lokasi tersebut.

Selain itu konsumen merasa kualitas produk yang disediakan Kedai Lalie Djiwo masih biasa saja, Beberapa fasilitas yang disediakan oleh kedai juga masih belum berfungsi secara maksimal. Konsumen mengeluhkan fasilitas wifi yang disediakan sering macet dan sinyalnya melemah hal ini dikarenakan lokasi kedai yang berada di daerah pegunungan. Selain itu beberapa konsumen menyarankan pihak Kedai Lalie Djiwo merawat meja kursi yang sudah tidak nyaman terpakai

dikarenakan kedai ini berkonsep terbuka yang sering kali terkena embun pegunungan apalagi di musim hujan.

Dari penjelasan tersebut perusahaan harus mempertimbangkan dan memperhatikan keluhan dari kepuasan konsumen, apabila hal tersebut tidak dipertimbangkan akibatnya akan menyebabkan ketidakseimbangan antara keinginan dan harapan konsumen terhadap kualitas produk, harga, serta lokasi Kedai Lalie Djiwo tersebut. Maka dari itu upaya untuk memberikan kepuasan bagi konsumen merupakan faktor yang penting dalam menjalankan dan meningkatkan pendapatan atau keuntungan sebuah kedai (Surya, 2021).

Berdasarkan pada fenomena tersebut, peneliti berniat untuk melakukan penelitian guna mengetahui sejauh mana harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Lalie Djiwo Prigen**”

1.2 Rumusan Penelitian

Adapun rumusan masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Lalie Djiwo Prigen Pasuruan?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Lalie Djiwo Prigen Pasuruan?
3. Apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Lalie Djiwo Prigen Pasuruan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yakni untuk mengetahui:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di kedai Lalie Djiwo Prigen Pasuruan
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di kedai Lalie Djiwo Prigen Pasuruan

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di kedai Lalie Djiwo Prigen Pasuruan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang ingin dicapai diharapkan dapat menambah referensi dimasa mendatang dengan topik yang sejenis sehingga mampu memperkaya literatur studi penelitian yang berkaitan dengan persepsi harga, lokasi terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan manfaat bagi usaha atau penjual untuk penggambaran ide strategi berikutnya dalam keberlangsungan usahanya terhadap kepuasan konsumen.

