

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Usaha bidang kuliner dari dulu sampai dengan sekarang selalu mengalami perkembangan. Semakin banyaknya usaha di bidang kuliner makanan merupakan salah satu kegiatan bisnis yang berkembang pesat di zaman sekarang dikarenakan menghasilkan keuntungan yang besar serta makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok untuk setiap orang. Peran pemasaran saat ini sangat penting sebagai penunjang kemampuan suatu usaha kuliner yang digeluti agar tepat terus bertumbuh (Kotler et al., 2009). Pada dasarnya dalam menjalankan usaha kuliner bertujuan untuk mencari keuntungan, dimana tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran itu harus dipikirkan jauh hari sebelumnya agar tepat menentukan strategi dan tepat dalam menarik pelanggan yang akan dituju sebagai sasaran penjualan. Maraknya bisnis kuliner ini mendorong pelaku usaha kuliner berlomba- lomba untuk menarik minat para pelanggan. Persaingan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga begitu kompetitif, menuntut para pelaku bisnis rumah makan untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang bisa dijangkau konsumen.

Salah satu wilayah yang mempunyai banyak kuliner adalah Jawa Timur. Jawa Timur menjadi wilayah yang banyak dikunjungi wisatawan selain karena tempat wisata, Jawa Timur juga terdapat banyak kuliner yang terkenal dan menarik. Para pencinta kuliner akan dikenalkan dengan keanekaragaman makanan yang tersebar diberbagai kota yang ada di Jawa Timur salah satunya

kota Kediri. Kota Kediri dikenal sebagai salah satu daerah yang mempunyai banyak kuliner, maka tidak heran jika banyak sekali pengunjung yang sengaja datang ke kota Kediri untuk menikmati makanan yang ada. Kota Kediri memiliki banyak pilihan rumah makan yang menyediakan berbagai makanan khas Indonesia salah satunya yaitu Panggang Ayam Bangi. Warung Panggang Ayam Bangi merupakan kuliner *legend* yang memiliki rasa khas tradisional yang sangat digemari oleh banyak masyarakat, maka dari itu saya tertarik untuk mengambil objek penelitian di Warung Panggang Ayam Bangi, disisi lain saya juga ingin tau bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Ayam Panggang Bangi.

**Tabel 1.1** Data Persaingan Penjual Ayam Panggang

<b>Aspek</b>	<b>Warung Ayam Panggang Bangi</b>	<b>Warung Ayam Panggang Bu Endang</b>
<b>Tahun Berdiri</b>	1984	2004
<b>Menu Makanan</b>	Ayam panggang + urap-urap (33 rb – 110 rb), nasi 5 rb, nasi kotak 36 rb	Ayam panggang + urap-urap (25 rb – 100 rb), kepala/jeroan (5 rb), nasi putih (5 rb), nasi kotak (28 rb – 30 rb)

<b>Aspek</b>	<b>Warung Ayam Panggang Bangi</b>	<b>Warung Ayam Panggang Bu Endang</b>
<b>Menu Minuman</b>	Beras kencur/kunir asem/ es cendol/es jeruk(10rb), pulpy/fretea/temulawak/coffe ebeer (7 rb), Coca cola/Fanta/Sosro/Frutea (5rb), Teh/Aqua (3 rb)	Minuman jeruk/kopi murni/ fanta/sprite/cocacola kecil/the botol/fruty/es tea kotak/aqua (5 rb), minuman teh (5 rb), kopi susu (4 rb), soda gembira (9 rb), sosro/fruty besar (6 rb), fanta/sprite/cocacola besar (7 rb), sinom (10 rb), es batu (1 rb)
<b>Lokasi</b>	Desa Woromarto, Kecamatan Purwoasri, Kabupaten Kediri	Desa Pelem, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri
<b>Penjualan</b>	100-150 ekor ayam perhari	50-80 ekor ayam perhari
<b>Promosi</b>	<i>Word of mouth</i>	<i>Word of mouth</i>
<b>Keadaan Tempat</b>	Konsep rumah moderen	Konsep rumah tradisional
<b>Jumlah Karyawan</b>	11 orang	5 orang

Dari tabel perbedaan diatas, saya memilih Warung Ayam Panggang Bangi sebagai obyek penelitian saya karena warung tersebut lebih awal berdiri

yaitu 20 tahun dari Warung Ayam Panggang Bu Endang. Berdasarkan menu produk yang ditawarkan baik makanan dan minuman lebih sedikit. Dan penjualan Warung Ayam Panggang Bangi lebih banyak dari Warung Ayam Panggang Bu Endang. Selain itu, konsep warung tersebut menggunakan konsep rumah modern. Mengingat adanya persaingan dalam bisnis menuntut pemasar untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat agar penjualan dapat sesuai dengan yang diharapkan.

Warung Ayam Panggang Bangi mempunyai lokasi yang cukup strategis yaitu di Dsn. Bangi Ds. Woromarto Kec. Purwoasri (depan SDN Woromarto 1) di Kota Kediri ini memiliki ciri khas yang cukup berbeda dengan ayam panggang yang ada di daerah-daerah lain. Panggang Ayam Bangi di Kota Kediri disuguhkan dengan menggunakan bumbu urap-urap yang sangat pedas dan bumbu panggang yang mempunyai cita rasa tradisional yang sangat pedas, system pelayanan yang baik dan persepsi harga yang masih bisa dijangkau oleh konsumen. Warung ini memiliki kualitas produk lebih baik diantara produk pesaing misalnya dari segi produk warung Ayam Panggang Bangi terkenal dengan menggunakan ayam kampung pilihan, dan cita rasa bumbu yang meresap kedalam dalam ayam. Hal tersebut membuat pelanggan menyukai produk tersebut dan mempromosikan warung tersebut dari mulut kemulut. Warung ayam panggang bangi juga menyediakan nomor telephon untuk pemesanan dalam jumlah yang banyak dan reservasi untuk makan di tempat.

Kualitas dari produk merupakan salah satu hal yang membuat pelanggan loyal pada warung makan. Warung Ayam Panggang Bangi mempunyai dua produk, yaitu ayam panggang dan urap-urap. Produk ayam panggang memiliki

keunikan tersendiri, yaitu menggunakan ayam kampung sebagai bahan utama, mempunyai cita rasa pedas gurih yang unik, lalu menggunakan teknik memasak dengan cara tradisional yaitu menggunakan arang. Di samping itu warung ini juga tidak menggunakan teknik marketing yang sedang marak digunakan yaitu teknik marketing *e-commerce*. Hal-hal tersebut yang membedakan Warung Ayam Panggang Bangi dengan rumah makan ayam yang lain. Warung makan ini juga cocok untuk dijadikan ajang berkumpul dengan keluarga, saudara dan teman. Hal ini membuat usaha tersebut terus bertahan untuk kebutuhan pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kualitas produk dapat dinyatakan berhasil apabila perusahaan dapat memberikan atau menawarkan produk makanan yang berkualitas, maka perusahaan akan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Seorang pelanggan akan merasa puas jika adanya pengalaman melakukan pembelian terhadap suatu produk yang dikonsumsi atau digunakan. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan itu. Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan seorang pelanggan yang digambarkan setelah membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kepuasan pelanggan akan muncul ketika pelanggan merasa senang setelah pembelian produk. Salah satu faktor yang membuat konsumen puas adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler et al., 2009).

Tabel 1.2 Review Kualitas Produk

Sumber	Hasil Review
Sha Sa	Tingkat kepedasan urap2 dan ayamnya menurun gk sperti dulu. Dulu makan sampai nangis sangking pedas dan nikmat. Ehh kemarin nyoba lagi lakok gak pedes huhuhu sayang sekali. Ayamnya sekarang agak kecil. Tapi ya tetep enak sih bisa dinikmati. Semoga bisa dipertahankan cipta rasa nya. Tetep ramai pelayanan cepat kok guys dan tanggap.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Menurut Kotler *et al.*, (2001) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaann dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler et al., 2005). Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Salah satu

*review* pelanggan terkait dengan kualitas layanan pada Warung Ayam Panggang Bangi.

**Tabel 1.3** Review Kualitas Layanan

Sumber	Hasil Review
Imatul fariq	Ayamnya sih legend, tapi antrinyaa minta ampuuun, pelyanannya kurang tetapi ketanggapan dalam melayanni sudah cukup baik. Tempat duduknya juga kurang jadi kalau pesen nunggu sampai kebagian tempat duduk dulu, Parkir: tempat parkir sering penuh, alangkah baiknya ditambahkan tempat parkir.

Selain itu dapat ditingkatkan melalui persepsi harga, karena persepsi harga memiliki peranan penting yang membuat konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk. Persepsi harga merupakan suatu proses yang dilakukan oleh individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimulus ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia (Schiffman et al., 2009). Strategi pemilihan harga yang tepat merupakan hal yang penting untuk menarik konsumen. Salah satu *review* pelanggan terkait dengan persepsi harga pada Warung Ayam Panggang Bangi.

**Tabel 1.4** Review Persepsi Harga

Sumber	Hasil Review
Alfaros Moslemstore	Untuk rasa relatife... untuk harga 110k terlalu mahal untuk seekor ayam panggang. Pembayaran tidak pakai nota, langsung sebut. Ketika di hitung Kembali sepertinya ada “ <i>mark up</i> ” harga

Pada kondisi tertentu para konsumen sangat sensitif terhadap harga, sehingga harga yang relatif tinggi dibanding para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen. Faktor harga dapat membentuk kepuasan konsumen, penetapan harga untuk suatu produk dilihat dari kualitas produk yang dihasilkan, dimana suatu produk yang memiliki kualitas baik akan ditetapkan dengan harga yang sesuai. Harga akan mempengaruhi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian atas produk atau jasa yang ditawarkan.

**Gambar 1.1** Review Kepuasan Pelanggan Warung Ayam Panggang Bangi

**Ayam Panggang Bangi**  
 4,5 ★★★★★ (2 rb) · \$\$  
 Restoran Masakan Ayam · Buka

Ringkasan Menu Foto Ulasan Tentang

Ulasan dari web  
 3,6/5 YummyAdvisor · 5 ulasan

Ringkasan ulasan Google  
 4,5 ★★★★★ (1.956)

Ulasan  
 ✓ Semua pedas 357 bumbu 68  
 urap 46 ayam kampung 37 +6



Menurut Larasati (2021) Warung Ayam Panggang Bangi menempati posisi 9 besar sebagai rekomendasi kuliner legendaris di Kediri. Keunikan dan cita rasa dari menu yang disajikan bermaksud membedakan kualitas produk yang dimiliki Warung Ayam Panggang Bangi dengan rumah makan lainnya dan menjadi keistimewaan tersendiri bagi kepuasan pelanggan Warung Ayam Panggang Bangi.

Berdasarkan uraian diatas yang menjadi daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian adalah bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga pada Warung Ayam Panggang Bangi. Maka dari itu dalam hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Ayam Panggang Bangi”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya,, maka peneliti menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas produk dari warung panggang ayam bangi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah Kualitas layanan dari warung panggang ayam bangi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah presepsi harga dari warung panggang ayam bangi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dari warung ayam panggang bangi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dari warung ayam panggang bangi.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dari warung ayam panggang bangi.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Warung Panggang Ayam Bangi.
2. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.