

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dari sisi manajemen, perilaku konsumen merupakan tahapan yang sangat penting untuk dipahami berkaitan dengan aktivitasnya terhadap suatu produk dan menjadi indikator seberapa jauh produk tersebut sukses dipasarkan dengan melihat respon yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap produk tersebut. Pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan karena terdapat banyak faktor yang berpengaruh dan saling interaksi satu sama lainnya. Sehingga pendekatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan harus benar-benar dirancang sebaik mungkin dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut. Walaupun konsumen memiliki berbagai macam perbedaan namun mereka juga memiliki banyak kesamaan.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang oleh konsumen dalam membeli suatu produk. Produk yang dapat diterima konsumen adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tingkat kecacatan produk yang seminimal mungkin. Selain itu para pemasar harus mampu memahami konsumen dan berusaha mempelajari bagaimana mereka berperilaku, bertindak dan berfikir. Hal yang sama sekali tidak diperhatikan

Kepuasan pelanggan dalam menentukan dan memilih suatu produk tidak terlepas dari kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk produk yang

diproduksi atau layanan. Perusahaan selalu berusaha menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan serta menjamin kepuasan pelanggan. Jumlah pelanggan semakin meningkat dan perusahaan berupaya mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara cermat, memenuhi permintaan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan terhadap produk dan layanan yang diberikan.

Menurut Angipora (2002) kualitas produk merupakan bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli, apakah sudah memenuhi apa yang diharapkan konsumen. Kualitas produk menjadi fokus utama perusahaan, kualitas merupakan salah satu prinsip terpenting untuk meningkatkan daya saing produk, yang harus memberikan konsumen kepuasan yang melebihi atau setidaknya sama dengan kualitas produk pesaing.

Menurut Kasmir (2017), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018), kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik.

Harga adalah salah satu faktor terpenting menentukan pangsa pasar dan keuntungan perusahaan. Harga juga salah satu bagian dari bauran pemasaran

yang menghasilkan pendapatan untuk perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan dari bagian bauran pemasaran fleksibel yang berarti dapat diubah dengan cepat dan harganya sepadan dengan uangnya bahwa konsumen harus membayar penjual untuk barang dan jasa yang di beli, yaitu harga adalah nilai produk yang ditentukan oleh penjual.

Pertumbuhan ekonomi pada era sekarang sangat mempengaruhi persaingan antar perusahaan menjadi semakin tinggi. Perkembangan di dunia bisnis yang di bentuk oleh globalisasi membuat persaingan sangat sulit di prediksi. Pada situasi saat ini, perusahaan harus mengikuti perubahan dan perkembangan dari segala bidang, termasuk teknologi, makanan dan lain-lain. Oleh karena itu, baik usaha besar maupun kecil akan mengalami perubahan dari faktor eksternal dan internal. Dalam situasi ini dapat diperkirakan meningkatkan persaingan antar perusahaan yang menawarkan beberapa produk.

Kota Malang terkenal sebagai kota pendidikan dan juga kota wisata yang dimana banyak pendatang sebagai mahasiswa/i dan juga sebagai wisatawan di kota Malang. Dengan adanya fenomena tersebut banyak para pebisnis membangun bisnis di kota Malang yang salah satunya adalah bisnis kuliner. Para pelaku bisnis *food service* ditantang untuk menciptakan suatu diferensiasi atau perubahan yang unik dan positioning yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan para pesaingnya, para pelaku bisnis juga harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu pengalaman dalam mengkonsumsi produk atau jasa. Hanya dengan melihat perkembangan perilaku masyarakat yang semakin hari semakin

cerdas dalam mengambil keputusan untuk membeli salah satu barang, dianggap sebagai suatu peluang bisnis oleh para pelaku usaha dikategori penyajian makanan dan minuman khususnya rumah makan atau restoran.

Industri kuliner adalah salah satu industri yang persaingannya cukup ketat, dengan konsep kreatif dan inovatif yang membantu membangun dan menyempurnakan strategi pemasaran. Agar dapat menguntungkan konsumen dan menjadikan industri pangan sebagai kebutuhan bagi setiap orang, maka strategi pemasaran dipusatkan pada pemenuhan kebutuhan konsumen. Faktor lain, seperti modifikasi perilaku konsumen, memotivasi pengusaha untuk memulai usaha kuliner. Kebiasaan konsumsi masyarakat masih terus berkembang, dengan semakin terbiasanya masyarakat untuk lebih sering makan di luar. Makan di luar rumah bisa membuat *rileks* dan terasa lebih nikmat jika dilakukan bersama keluarga atau teman dekat. Potensi bisnis ini tentunya dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku bisnis.

Geprek *Gold Chick* merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang industri kuliner yang tersebar luas, salah satunya yang beralamatkan di Lowokwaru kota Malang. Agar pelanggan puas saat membeli berbagai kelezatan di Geprek *Gold Chick* Lowokwaru, ada banyak faktor di antara berbagai kenikmatan kuliner yang tersedia. Pemilik usaha harus dapat memenuhi semua persyaratan agar *klien* senang dengan barang yang diberikan.

Tabel 1.1

Daftar Menu Geprek *Gold Chick* Lowokwaru

No	Menu	Harga
1	Nasi Ayam Geprek	Rp. 22.990
2	Nasi Ayam Geprek Cabe Ijo	Rp. 30.250
3	Nasi Ayam Geprek Sambal Teri	Rp. 30.250
4	Nasi Ayam Geprek Leleh	Rp. 37.510
5	Nasi Ayam Geprek Sambal Matah	Rp. 29.040
6	Nasi Ayam Geprek Sauce telur Asin	Rp. 30.250

Sumber: Geprek *Gold Chick* Lowokwaru, 2023

Dari tabel diatas ayam geprek adalah menu utama yang disediakan di warung Geprek *Gold Chick* Lowokwaru. Dengan adanya tuntutan perkembangan dan peningkatan kualitas jasa, suatu perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan konsumen sebagai suatu tolak ukur dari kualitas suatu produk. Kebanyakan konsumen akan mengurangi pembelian atau bahkan berganti pemasok dari pada mengajukan keluhan, akibatnya perusahaan harus selalu bersikap responsif mengukur perkembangan perilaku, preferensi dan persepsi konsumen dengan mengadakan *survey* berkala.

Tabel 1.2

Ulasan Geprek *Gold Chick* Lowokwaru

No	Bintang	Jumlah
1	5	11
2	4	4
3	3	1
4	2	2
5	1	33

Sumber : Geprek *Gold Chick* Lowokwaru, 2023

Dari tabel diatas terlihat bahwa ulasan bintang satu lebih banyak dibandingkan bintang lima. Hal itu menunjukkan bahwa sebagian besar

pelanggan yang memberikan ulasan cenderung tidak puas dengan pengalaman mereka di rumah makan tersebut.

Tabel 1.3

Ulasan Google Geprek Gold Chick Lowokwaru

No	Keterangan	Jumlah
1	Pelayanan	29
2	Harga	5
3	Produk	12

Sumber : Geprek *Gold Chick* Lowokwaru, 2023

Dari tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa pelayanan di Geprek *Gold Chick* Lowokwaru paling banyak mendapatkan komplek dari pelanggan. Hal itu menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang memberikan ulasan cenderung tidak puas dengan pelayanan mereka di restoran tersebut. Ini bisa di jadikan bukti bahwa Geprek *Gold Chick* Lowokwaru tersebut memiliki masalah atau harapan yang tidak terpenuhi.

Tabel 1.4

Ulasan Google Geprek Gold Chick Lowokwaru

no	Nama Akun	Komentar
1	Navi Azhar	Ayamnya banyak bagian yang item tapi tdak gosong, tahu tidak mateng
3	Lock day	Maaf kualitasnya buruk, daging hitam,pokonya di dalamnya hitam banget
3	Dimas Satria	Rasa makanan tidak karuan dan tidak sesuai harga pelayanan dan kualitas rendah
4	Ainul Muqorrobin	Ayam bau busuk kayak bangkai, pelyanan sangat lama
5	Syefita Putri	Sangat mengecewakan, beli dua porsi via shopee food bisa bisa nya basi semua nasinya.

Sumber : ulasan google tahun 2024

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa kualitas produk pada rumah makan Geprek Gold Chick Lowokwaru juga memiliki masalah. Kepuasan konsumen ialah sesuatu hal yang penting. Tingginya tingkat suatu kepuasan pelanggan adalah poin utama yang terpenting dan harusnya diawasi oleh perusahaan dalam usaha peningkatan untuk membuat keunggulan bersaing dengan perusahaan lainnya.

Berdasarkan temuan di ulasan google yang ada di Geprek *Gold Chick* Lowokwaru, peneliti mengambil keputusan untuk melakukan pengujian tambahan. Dengan tujuan yang jelas, peneliti melakukan penelitian ini untuk menentukan signifikansi tingkat hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Geprek *Gold Chick* Lowokwaru. Oleh karena itu, penulis bermaksud membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Geprek *Gold Chick* Lowokwaru”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat ditemukan bahwa konsumen rumah makan Geprek *Gold Chick* Lowokwaru mengalami kekecewaan atau tidak puas. Penelitian ini berusaha membangun model yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan rumah makan Geprek *Gold Chick* Lowokwaru. Oleh karena itu, diajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas produk, kualitas layanan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama?
5. Diantara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang mana lebih dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis diantara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang mana lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbang saran dan pertimbangan guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan untuk rumah makan dan memperhitungkan kualitas produk, kualitas pelayanan yang dimilikinya agar lebih baik lagi dan juga memberikan masukan untuk

mempertimbangkan penetapan harga dengan peningkatan yang sekiranya dapat dilakukan rumah makan.

B. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang kepuasan konsumen, terutama mengenai pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga. Sebagai perbandingan antara teori dan kenyataan yang ada di rumah makan.

