

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini, persaingan tidak hanya terbatas secara regional (daerah tertentu) dan nasional saja. Namun sudah secara global, hal ini mengakibatkan semakin banyak variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Harapan konsumen merupakan faktor penting, layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Asye, 2007:53).

Dari waktu ke waktu bisnis dibidang makanan mempunyai kecenderungan terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Faktanya didasarkan pada kenyataan bahwa makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Sandang, pangan dan papan merupakan kebutuhan dasar manusia, atau ditingkatkan kebutuhan yang paling dasar, permintaan pangan yang terus

meningkat karena merupakan kebutuhan dasar manusia berimbang terhadap peningkatan penawaran makanan. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran (*Supply and Demand law*). Oleh karena itu, bisnis di bidang makanan juga selalu meningkat dan berkembang dari waktu ke waktu. Meningkatnya produk makanan yang beredar di pasar saat ini sudah sangat banyak dan tidak dapat dihindari lagi terjadinya persaingan yang sangat ketat diantara pengusaha dibidang makanan dalam merebut kepercayaan konsumen yang lebih besar. Pengusaha dibisnis makanan berupaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen yang banyak untuk meningkatkan laba sehingga dengan hal ini suatu produk makanan diharapkan dapat menjadi yang terdepan diantara produk-produk sejenisnya. Hal ini sangat penting karena keberhasilan usaha di bisnis makanan sangat ditentukan oleh pengusaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sangat menentukan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk didalam diri konsumen melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi yang dirasakan. Faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan yang diperoleh oleh konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen cenderung membeli produk yang memiliki kualitas produk yang bagus, pelayanan yang baik dan lokasinya yang strategis serta dekat dengan pusat perbelanjaan yang dapat menjangkau konsumen. Meningkatnya kepuasan konsumen tidak

hanya disebabkan oleh pelayanan yang baik tetapi kualitas produk juga merupakan faktor meningkatnya kepuasan konsumen dan meningkatnya penjualan dalam perusahaan.

Rumah makan Pondok Asri di Kota Lumajang adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menyediakan makanan dan menawarkan beragam varian-varian makanan yang sesuai dengan selera konsumen seperti : Sup iga, Bakso, Sup ayam, Cumi goreng, Sate ayam dan masih banyak lainnya. Data yang diperoleh peneliti merupakan hasil pada saat peneliti turun langsung ke lapangan untuk mengetahui secara langsung bagaimana situasi dan kondisi yang ada. Semakin meningkatnya persaingan yang ada, para konsumen juga cenderung memperhatikan pelayanan dan produk dalam memilih lokasi wisata kuliner. Maka dari itu, rumah makan Pondok Asri harus menciptakan kepuasan konsumen dengan cara mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanannya dan produk baik sebelum ataupun sesudah melakukan transaksi, agar dapat melakukan inovasi dan perbaikan yang diharapkan dan dapat bersaing dengan rumah makan lainnya. Adapun masalah yang terjadi di Rumah makan Pondok Asri yang sampai saat ini masih belum bisa di atasi seperti halnya yang pertama yaitu berupa kualitas produk, berdasarkan ulasan/penilaian dari pelanggan yang ada di *Google* produk yang ada di Rumah makan Pondok Asri berupa makanan seperti sup iga dan cumi goreng, banyak konsumen yang mengeluh dagingnya masih kurang matang (alot), capcay yang penuh dengan kerupuk mentah, dan menu lainnya yang cenderung keasinan, sehingga konsumen masih belum merasa puas atas produk tersebut. Tidak hanya kualitas produk, adapun masalah yang

terjadi di Rumah makan Pondok Asri ini dimana banyak pelanggan yang mengeluh dengan pelayanannya yang kurang cepat dalam menyajikan makanan dan kurang tanggap jika konsumen memesan makanan.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk. Menurut Kotler (2016:164) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang di inginkan pelanggan.

Kualitas produk merupakan sekumpulan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dalam menentukan produk yang akan ditawarkan, perusahaan harus menyesuaikan dengan selera konsumen agar konsumen merasa puas. Apabila kualitas produk ditingkatkan, maka perilaku konsumen untuk melakukan pembelian juga akan meningkat serta dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Definisi di atas dapat peneliti simpulkan bahwa kualitas produk merupakan produk yang memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk, yang akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.

Penelitian ini pernah dilakukan oleh Sasi Agustin (2016) yang mengatakan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan sebanding dengan harapan konsumen. Namun penelitian ini bertentangan dengan Sita Budiastari (2012) yang mengatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh

secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak sebanding dengan harapan konsumen. Perbedaan dari temuan ini menunjukkan masih terdapat peluang ditelitinya kembali variabel ini.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Tjiptono (2002:6) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Berbagai macam bentuk pelayanan yang diberikan untuk mempengaruhi kepuasan konsumen, dan timbal baliknya terhadap sebuah perusahaan. Apakah konsumen akan terus-menerus menggunakan jasa atau barang perusahaan tersebut, ataukah beralih ke perusahaan yang lain, yang menurut mereka memberikan pelayanan yang lebih baik dari pada yang biasa mereka pergunakan. Tjiptono (2016:125) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Definisi di atas dapat peneliti simpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seluruh aktivitas yang mengkombinasikan nilai dari pemrosesan yang diukur dari tingkat layanan dan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen dalam memenuhi keinginan pelanggan.

Penelitian ini pernah dilakukan oleh Sasi Agustin (2016) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan sesuai dengan harapan konsumen. Namun penelitian ini bertentangan dengan Siti Maimunah (2019) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh

secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan tidak sesuai dengan harapan konsumen. Perbedaan dari temuan penelitian ini menunjukkan masih terdapat peluang ditelitinya kembali variabel ini.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu lokasi. Lokasi adalah aspek penting dari strategi distribusi, meskipun bukan bagian lingkungan internal. Lokasi yang bagus memudahkan akses ke tujuan, menarik banyak konsumen, dan dapat mengubah pola pembelian konsumen secara signifikan. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (Rambat Lupiyoadi, 2001).

Dalam menentukan lokasi untuk Rumah Makan Pondok Asri banyak pertimbangan yang dilakukan salah satunya menentukan lokasi yang strategis, aman, nyaman dan mudah dijangkau. Sehingga para konsumen akan memilih rumah makan ini sebagai tempat tujuan untuk makan, kemudian faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan rumah makan sebagai pilihannya adalah pelayanan, kegiatan pelayanan diarahkan pada terselenggaranya layanan untuk memenuhi kepentingan perseorangan mauoun melalui cara-cara yang tepat dan memuaskan pihak yang dilayani.

Penelitian ini pernah dilakukan oleh Sri Tenriala (2018) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi sesuai dengan harapan konsumen. Namun penelitian ini bertentangan dengan Ahmad Izuddin (2020) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini

menunjukkan bahwa lokasi tidak sesuai dengan harapan konsumen. Perbedaan dari temuan penelitian ini menunjukkan masih dapat peluang ditelitinya kembali variabel ini.

Terdapat dalam penelitian ini memfokuskan penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen”. Keempat variabel tersebut mencakup masalah yang sudah teridentifikasi, serta bertujuan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas agar penelitian lebih focus dan tepat sasaran, serta responden dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Pondok Asri.

Perusahaan yang akan dijadikan objek penelitian ini adalah Rumah Makan Pondok Asri. Alasan menggunakan Rumah Makan Pondok Asri ini adalah karena bagaimana caranya agar Rumah Makan Pondok Asri memiliki tingkat kepuasan konsumen yang tinggi dengan lokasi yang strategis, kualitas produk yang diberikan, dan pelayanan yang diberikan oleh konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti melakukan penelitian dengan mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Pondok Asri di Kota Lumajang”

1.2. Batasan Masalah

Mengingat permasalahan yang ada sangat luas dan supaya penelitian lebih terarah maka penulis melakukan pembatasan masalah. Batasan masalahnya adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini khusus untuk meneliti tentang manajemen pemasaran.
- b. Penelitian ini membahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.
- c. Responden penelitian ini adalah konsumen yang membeli minimal 2 kali pembelian di Rumah Makan Pondok Asri.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, masalah yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah “faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Rumah Makan Pondok Asri ?” dari rumusan masalah tersebut di rumuskan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Pondok Asri di Kota Lumajang?
- b. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Pondok Asri di Kota Lumajang?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Pondok Asri di Kota Lumajang ?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan ada kegunaan atau manfaat baik dalam hal teoritis maupun dalam hal praktis dan juga dapat memberikan manfaat bagi peneliti-penelitian selanjutnya.

a. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran terutama tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen sehingga dapat dijelaskan hasil dari penelitian ini apakah mendukung atau menolak penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1) Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dalam mengatur kepuasan konsumen di masa yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Pondok Asri di Kota Lumajang.

2) Akademik

Bagi akademik yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu pengetahuan, dan

berguna juga untuk menjadi sebuah referensi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap strategi pemasaran dalam perusahaan.

3) Peneliti

Penelitian ini untuk menerapkan dan menggunakan teori-teori yang di dapat dibangku kuliah khususnya ilmu manajemen pemasaran tentang produk, pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen dengan kenyataan yang ada dilapangan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai kepuasan konsumen dalam pembelian.

