

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya era modernisasi saat ini, terjadi banyak sekali perkembangan dan perubahan. Perkembangan dan perubahan tersebut meliputi bidang teknologi, sosial, politik, gaya hidup, hingga budaya. Semua itu berdampak pula pada perubahan perilaku manusia terhadap lingkungan di sekitarnya. Dengan adanya perkembangan dan perubahan, persaingan dalam dunia bisnis semakin hari menjadi semakin ketat. Persaingan tersebut tentu saja semakin mendorong para pelaku bisnis untuk terus menerus berinovasi agar kegiatan bisnisnya tetap berkembang dan banyak diminati konsumen. Selain melahirkan inovasi terhadap produk ataupun jasa, para pelaku bisnis juga harus memerhatikan kegiatan pemasarannya. Kegiatan pemasaran merupakan suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. (Kotler, 2000)

Usaha rumah makan juga di yakini sebagai salah satu bentuk usaha ekonomi yang memiliki penghasilan cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Namun sering kali banyak usaha yang terjadinya suatu gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat saat ini ialah bisnis kuliner, dimana pada saat ini kuliner menjadi *trend* di kalangan masyarakat dan merupakan kebutuhan manusia yang paling utama. Terlebih lagi Indonesia dikenal dengan dunia kulinernya sehingga makanan yang dijual

belikanpun tersedia dalam berbagai jenis. Karena makanan merupakan kebutuhan manusia yang utama, maka usaha di bidang kulinerpun banyak yang bermunculan, sehingga membuat persaingan di dunia kuliner semakin tinggi. Dengan demikian perlu sebuah bisnis kuliner ini melakukan pelayanan dengan baik sehingga konsumen merasa senang berada di tempat tersebut. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, memang kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011:331) “menyatakan pada dasarnya prinsip kualitas jasa (kualitas pelayanan) berinti pada upaya pemenuhan kepuasan dan keinginan konsumen dan keakuratan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen”. Sedangkan menurut (Tjiptono 2012:58) “kualitas pelayanan adalah penilaian secara langsung konsumen atas suatu produk dan jasa yang diterima dalam waktu tertentu. Dari definisi tersebut bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala kepuasan atau keinginan yang diharapkan oleh pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya”.

Dengan demikian perlu sebuah bisnis kuliner ini melakukan pelayanan dengan baik sehingga konsumen merasa senang berada di tempat tersebut. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, memang kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011:331) “menyatakan pada dasarnya prinsip kualitas jasa (kualitas pelayanan) berinti pada upaya pemenuhan kepuasan dan keinginan konsumen dan keakuratan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen”. Sedangkan menurut (Tjiptono 2012:58) “kualitas pelayanan adalah penilaian secara langsung konsumen atas suatu produk dan jasa yang diterima

dalam waktu tertentu. Dari definisi tersebut bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala kepuasan atau keinginan yang diharapkan oleh pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya”.

Kotler dan Amstrong (2016) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan untuk mampu bersaing di pasar. Dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sehingga sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk berkualitas dengan harga yang dibayarkan..

Rocket Chicken berdiri pada 21 Februari 2010, mulai membuka kemitraan dan mendorong pengusaha-pengusaha baru dengan modal yang terjangkau untuk memiliki suatu usaha bidang makanan yang dapat dikelola oleh perorangan atau berbadan hukum.Keunggulan Rocket Chicken dengan membidik pangsa pasar seluruh kalangan lapisan masyarakat sehingga bisa didirikan hingga ke daerah-daerah dengan didukung sistem Manajemen yang telah teruji menjadikan Rocket Chicken sebagai usaha yang mempunyai *Brand awareness* tinggi,

*Tabel 1.1*  
Daftar usaha Fried Chicken di Daerah Lumajang

No	Nama Usaha	Cabang
1	Rocket Chicken	2
2	Ayam Geprek Sa'i	2
3	C'Bezt	1
4	Aghnia Fried Chicken	1

Sumber : Dari Beberapa Nama Usaha

Rocket Chicken di Lumajang baru buka dan sudah dikenal sejak tahun 2014 silam. Berdasarkan tabel diatas salah satu yang merupakan pesaing dari Rocket Chicken adalah ayam Geprek Sa'i. Alasannya karena selain sama-sama memiliki 2 cabang, ayam Geprek Sai lebih dikenal akan harganya yang lebih murah dari pada di Rocket Chicken. Tentu saja sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk yang diminati, konsumen akan memiliki berbagai pertimbangan dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga dari suatu rumah makan untuk menciptakan kepuasan pembelian konsumen.

Menurut temuan pengamatan yang dilakukan oleh para peneliti, perusahaan ini melayani berbagai macam konsumen, seperti yang terlihat dari biaya yang relatif masuk akal. Selain itu, Rocket Chicken menawarkan promosi mulaidaritarif paket, kegiatan (kontes mewarnai, pelajaran memasak), desain tata ruang yang cerdas, dan tempat yang ramah konsumen dan estetik. Rocket Chicken dinilai lebih sukses dan mampu berkembang dibandingkan *franchise* lainnya. Selain itu, Rocket Chicken selalu bereksperimen dengan cita rasa dan masakan baru. Jadi, meskipun ayam adalah bahan utamanya, penyajiannya bervariasi. Mulai dari ayam standar, ayam pedas, dan steak ayam di atas piring panas, termasuk juga nasi goreng. Rocket Chicken menghadapi kelebihan dan kekurangan yang sama seperti setiap restoran cepat saji lainnya.

Sejak beberapa tahun lalu, pertumbuhan perusahaan di industri makanan dan minuman meningkat signifikan. Bahkan selama krisis ekonomi, industri restoran dan layanan makanan terus dipandang sebagai usaha bisnis yang layak. Namun, selama periode waktu yang sama, beberapa restoran gagal karena mereka tidak mampu mempertahankan basis pelanggan mereka. Dalam industri makanan dan minuman, keberhasilan tidak hanya bergantung pada jumlah pengunjung, tetapi juga pada kapasitas untuk memperluas pertumbuhan konsumen.

Penjualan adalah ilmu dan seni persuasi yang digunakan oleh penjual untuk membujuk orang lain untuk membeli barang atau jasa mereka untuk mendapatkan keuntungan.

Tabel 1.2 Data penjualan Rocket Chicken Cabang Lumajang 2 Tahun 2023 (Dalam Rupiah)

Bulan	Penjualan		Total
	Makanan	Minuman	
Januari	100.711.000	82.309.000	183.020.000
Februari	133.940.000	88.760.000	222.700.000
Maret	163.250.000	108.750.000	272.000.000
April	86.950.000	58.050.000	145.000.000
Mei	80.150.000	43.850.000	124.000.000
Juni	77.965.350	33.485.150	111.450.500
Juli	80.590.000	53.910.000	134.500.000
Agustus	78.150.300	52.150.200	130.300.500
September	100.850.000	67.450.000	168.300.000
Oktober	102.250.000	67.750.000	170.000.000
November	106.245.300	70.845.200	177.090.500
Desember	98.850.000	80.950.000	179.600.000

Sumber : Data diperoleh peneliti

Tabel 1.2 menunjukkan angka penjualan Ayam Raket Cabang Lumajang 2 tahun 2023. Pada bulan Agustus, penjualan anjlok dari Rp. 145.000.000 menjadi Rp. 130.300.500, rugi Rp. 14.699.500 terjadi. Total penjualan bulanan terendah adalah Rp 111.450.500 pada Juni 2023, dan total bulanan tertinggi adalah Rp 272.000.000 pada Maret. Data menunjukkan bahwa Rocket Chicken Cabang Lumajang 2 mengalami penurunan penjualan selama beberapa bulan. Jika kondisi ini terus berlanjut, Rocket Chicken Lumajang 2 akan mengalami penurunan keuntungan. Informasi di atas dapat menjadi tantangan pemasaran bagi Rocket Chicken Cabang Lumajang 2. Selain itu, jika ada kelemahan dalam pendekatan pemasaran, pembeli dapat menggunakan barang lain. Fenomena ini cukup menarik untuk diteliti.

Adapun beberapa penelitian terkait dengan Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembeli yang dilakukan oleh peneliti Ana *et al.*, (2021) dengan penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Sahabat AC Di Lumajang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Putri *et al.*, (2023) dengan penelitiannya yang berjudul Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Hasil penelitiannya pengaruh harga terhadap minat berkunjung menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo. Sedangkan untuk pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap minat berkunjung menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh

signifikan terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

Oktari *et al.*, (2019) dengan penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun). Hasil penelitian kualitas produk memiliki nilai  $t$  hitung 2,685 (sig. 0,011 < 0,05) pelayanan memiliki nilai  $t$  hitung 1,139 (sig. 0,262 > 0,05) harga memiliki nilai  $t$  hitung 0,385 (sig. 0,702 > 0,05) yang menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tinsi *et al.*, (2019) dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTPN KCP Lumajang. Hasil penelitian secara parsial membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BTPN KCP Lumajang. Secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank BTPN KCP Lumajang dengan koefisien determinasi sebesar 0,710 yang menunjukkan bahwa 71,0% kepuasan nasabah Bank BTPN KCP Lumajang dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk, sisanya adalah 29,0% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel citra perusahaan, kepercayaan dan fasilitas.

Zakaria, n.d. dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitiannya

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan taksi *Blue Bird* di Surabaya.

Nama Rocket Chicken sudah semakin dikenal oleh masyarakat, terbukti di Kabupaten Lumajang saja sudah terdapat dua cabang Rocket Chicken yaitu Rocket Chicken yang berlokasi di Jalan Kapten Suwandak No.109, Jogotruran, Kec. Lumajang, Kab. Lumajang, Jawa Timur 67316 dan di Jalan Veteran No.22, Kepuharjo, Kec. Lumajang, Kab. Lumajang, Jawa Timur 67316. Rocket Chicken juga merupakan restoran cepat saji yang memiliki gerai/toko yang paling besar dibandingkan dengan restoran sejenis yang berada di Lumajang. Hal tersebut yang membuat peneliti semakin tertarik untuk menjadikan Rocket Chicken sebagai objek penelitian. Berkaitan dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PEMBELI PADA PT ROCKET CHICKEN LUMAJANG 2”**.

### **1.2 Batasan Masalah**

Penulis ingin mengetahui tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pembeli pada PT Rocket Chicken Lumajang 2”. Agar penulisan penelitian ini lebih fokus terhadap masalah yang dibahas, maka penulis membatasinya pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

Peneliti membatasi penelitian ini hanya pada Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pembeli pada PT Rocket Chicken Lumajang 2.

### 1.3 Rumusan Masalah

Pengaruh padakualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pembeli PT Rocket Chicken Lumajang 2

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan Pembeli pada PT Rocket Chicken Lumajang 2
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pembeli pada PT Rocket Chicken Lumajang 2
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan Pembeli pada PT Rocket Chicken Lumajang 2

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka terdapat tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pembeli pada PT Rocket Chicken Lumajang 2. Berikut tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pembeli pada PT Rocket Chicken Lumajang 2
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pembeli pada PT Rocket Chicken Lumajang 2
- c. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pembeli pada PT Rocket Chicken Lumajang 2

### 1.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya demi mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menerapkan ilmu yang berhubungan dengan pemasaran terutama dalam kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi perusahaan

Dapat membantu perusahaan mengetahui bagaimana kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pembeli, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan terhadap pembeli.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan dapat menambah informasi dalam ilmu pemasaran khususnya kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pembeli.

4. Bagi karyawan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk memperbaiki pelayanan terhadap pembeli.