

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kehidupan dan budaya manusia terus berkembang sebagai akibat dari globalisasi dan perkembangan peradaban, yang tidak terlepas dari kenaikan bisnis makanan. Sekarang ini, bisnis makanan terus tersebar di seluruh nusantara, memenuhi kebutuhan masyarakat akan praktisitas dalam memenuhi kebutuhan makanan. Saat ini, industri kuliner sangat beragam, berkembang dengan cepat, dan berdampak besar pada pertumbuhan ekonomi suatu negara. Produsen memiliki cara untuk terus membuat produk dan menarik pelanggan. Dengan persaingan bisnis yang semakin meningkat, pelaku bisnis harus tetap waspada terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis di sekitar mereka dan lebih fokus pada cara mereka dapat menarik daya beli pelanggan untuk barang yang mereka jual..

Bisnis makanan mengalami peningkatan kuantitas dan kualitas yang konsisten. Kebutuhan akan makanan, yang merupakan elemen utama dalam kebutuhan dasar manusia bersama sandang dan papan, terus mengalami peningkatan. Hal ini berdampak pada bertambahnya pasokan makanan guna memenuhi permintaan tersebut. Ini merupakan implementasi nyata dari teori penawaran dan permintaan. Dari waktu ke waktu, perusahaan makanan terus meningkat dan berkembang. Dengan meningkatnya jumlah produk makanan yang tersedia di pasar saat ini, tidak dapat dihindari lagi bahwa pengusaha makanan akan bersaing secara ketat untuk mendapatkan kepercayaan konsumen.

Di Kabupaten Lumajang, Jawa Timur, Depot Ramona menjadi salah satu restoran yang cukup familiar dan sering dikunjungi oleh warga sekitar. Restoran ini menawarkan berbagai pilihan menu makanan yang bervariasi. Depot Ramona juga dikenal dengan cita rasa yang khas dengan selera lokal yang membuatnya menjadi pilihan favorit bagi banyak pelanggan, baik lokal maupun wisatawan yang sedang berkunjung. Salah satu cabang yang menarik perhatian adalah Depot Ramona cabang Toga, yang dalam beberapa waktu terakhir menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung yang cukup signifikan. Namun, seiring dengan pertumbuhan tersebut, cabang ini juga menghadapi tantangan berupa persaingan usaha kuliner yang semakin ketat di wilayah sekitar. Kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting bagi keberhasilan jangka panjang, termasuk restoran. Berbagai pendekatan yang bisa ditempuh oleh pelaku usaha dalam merespon persaingan yang kian ketat, Langkah yang dapat ditempuh adalah dengan menganalisis perilaku konsumen, baik calon pembeli maupun konsumen yang telah membeli produk.

Pembelian ulang yang berasal dari konsumen yang puas diketahui memberikan kontribusi signifikan terhadap volume penjualan perusahaan secara keseluruhan (Rachmadani & Yulianto, 2023). Konsumen yang puas akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, khususnya di bidang kuliner, karena konsumen lebih berpeluang untuk melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa yang telah mereka rasakan manfaatnya. Abdullah *et al.*, (2023) menyatakan Tingkat kepuasan konsumen ditentukan oleh kesesuaian antara kinerja produk dan harapan pelanggan. Konsumen akan menunjukkan kepuasan apabila pengalaman mereka dalam menggunakan produk sejalan dengan keinginan awal. Sebaliknya,

ketidaksesuaian antara harapan dan realisasi kinerja produk akan menimbulkan ketidakpuasan. Kepuasan pelanggan menjadi sebuah prioritas bagi perusahaan. Berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga.

Kualitas produk adalah faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ada keterkaitan yang signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan, mengingat konsumen membeli tidak hanya wujud fisik produk, melainkan juga keuntungan yang dapat mereka rasakan. Ketika suatu produk mampu memberikan lebih banyak keuntungan bagi pengguna, maka kemungkinan terjadinya peningkatan harga juga semakin besar (Ambarwati *et al.*, 2023). Perusahaan harus mempertimbangkan selera pelanggan saat memilih produk yang akan ditawarkan untuk memastikan bahwa pelanggan merasa puas. Produk dengan kualitas yang lebih tinggi cenderung memengaruhi minat beli konsumen dan berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan mereka.

Menurut Tjiptono (2016), kualitas pelayanan adalah kondisi yang terus berubah dan mencakup aspek produk, jasa, tenaga kerja, proses, serta lingkungan, yang minimal dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan. Berbagai macam pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen dan hubungan perusahaan dengan konsumen. Menurut Mariansyah & Syarif (2020), Penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diterimanya salah satunya tercermin melalui kualitas pelayanan, karena konsumen mengharapkan pelayanan yang baik demi mendapatkan kepuasan. Hal ini meliputi keputusan konsumen untuk tetap menggunakan jasa atau barang dari perusahaan tersebut secara berkelanjutan, atau

memilih beralih ke perusahaan lain yang mereka anggap memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya.

Faktor harga juga memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Rahim *et al.* (2021) menjelaskan bahwa harga dapat dimaknai sebagai nilai tukar yang diberikan konsumen demi memperoleh manfaat dari penggunaan atau kepemilikan suatu barang atau jasa. Harga diartikan sebagai nilai moneter yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan yang dipilihnya. Harga tidak hanya menunjukkan aspek finansial dari produk atau jasa yang disediakan, namun memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai yang mereka terima dari perusahaan tersebut. Penjelasan dari Ambarwati *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa tinggi rendahnya harga yang diberikan kepada konsumen menjadi pertimbangan penting, karena hal ini bisa memengaruhi kepuasan konsumen.

Temuan dari studi sebelumnya terkait kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan hasil yang bervariasi. Rachmadani & Yulianto (2023) menjelaskan bahwa peningkatan kualitas produk secara nyata dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil serupa juga diungkapkan Mubarakah *et al.*, (2024). Namun, temuan berbeda diungkapkan oleh Asti & Ayuningtyas (2020), yang menyebutkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen.

Mubarakah *et al.*, (2024) studinya menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga diperkuat oleh Ambarwati *et al.*, (2023) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen. Akan tetapi, hasil berbeda ditunjukkan oleh Rahim *et al.* (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ambarwati *et al.* (2023), ditemukan bahwa variabel harga secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen. Pernyataan serupa disampaikan oleh Mubarokah *et al.*, (2024) yang juga menemukan pengaruh harga terhadap kepuasan. Sebaliknya, Rahim *et al.* (2021) menyimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen..

Penelitian ini dilakukan pada Depot Ramona Cabang Toga yang terletak di Jalan Gajah Mada, Kelurahan Kepuharjo, Lumajang. Cabang ini merupakan salah satu yang paling aktif dan strategis dalam jaringan usaha Depot Ramona di Kabupaten Lumajang. Terletak di wilayah strategis yang ramai dan berdekatan dengan pusat aktivitas masyarakat, cabang Toga memiliki tingkat persaingan yang tinggi dengan berbagai restoran dan tempat makan lainnya yang terus bermunculan di sekitarnya. Munculnya banyak kompetitor dengan konsep yang modern dan inovatif membuat persaingan semakin ketat. Depot Ramona dituntut untuk terus memperbaiki agar tetap relevan dan mampu bersaing dengan kompetitor. Meski kualitas makanan dan minuman telah diupayakan secara maksimal, Depot Ramona masih menghadapi sejumlah kendala yang dapat memengaruhi daya tarik dan kepuasan konsumen.

Kurangnya variasi menu menjadi persoalan penting di tengah tren kuliner yang terus berkembang dan meningkatnya pilihan makanan yang unik dan beragam. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti pada Depot Ramoga

Cabang Toga, ditemukan bahwa pelayanan konsumen masih kurang optimal. Beberapa konsumen mengeluhkan sikap karyawan yang kurang ramah dan minim interaksi, yang berdampak pada pengalaman makan yang kurang menyenangkan. Penetapan harga dinilai berada di atas rata-rata dibandingkan dengan tempat makan lain yang sejenis di kawasan tersebut. Harga menjadi pertimbangan yang cukup selektif bagi konsumen dalam menentukan pilihan tempat makan berdasarkan nilai dan kualitas yang sepadan dengan harga.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan beberapa pelanggan, ditemukan adanya beberapa keluhan terkait variasi menu, pelayanan, serta harga yang dirasa kurang sebanding dengan kualitas yang diberikan. Kondisi ini menjadikan Depot Ramona cabang Toga sebagai lokasi yang relevan untuk dikaji, khususnya dalam memahami bagaimana kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap Depot ramona dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Ramona Lumajang”**.

## **1.2 Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah karena luasnya masalah saat ini dan untuk tujuan menciptakan penelitian yang lebih fokus. Batasan terkait masalah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Fokus utama dari penelitian ini adalah pada aspek manajemen pemasaran.
- b. Penelitian ini hanya membahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

- c. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Depot Ramona.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Mengacu pada uraian sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Depot Ramona Lumajang?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Depot Ramona Lumajang?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Depot Ramona Lumajang?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada batasan dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen?

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Diharapkan bahwa penelitian ini memiliki nilai teoritis dan praktis. Selain itu, penelitian ini mungkin bermanfaat bagi penelitian lain.

a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber informasi dan pendukung untuk pengembangan pengetahuan tentang manajemen pemasaran, khususnya tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini dapat dijelaskan apakah mendukung atau menentang temuan penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1) Pengelola Depot Ramona

Diharapkan hasil penelitian ini akan membantu perusahaan membuat keputusan untuk konsumen lebih bahagia di masa depan. Hasil penelitian juga dapat membantu perusahaan mempertimbangkan kepuasan konsumen Depot Ramona Lumajang.

2) Akademik

Akademik mengharapkan bahwa temuan penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian dan studi mahasiswa tentang strategi pemasaran perusahaan.

3) Peneliti Selanjutnya

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan konsep-konsep manajemen pemasaran yang telah dipelajari, meliputi produk, pelayanan, harga, serta kepuasan konsumen. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi penelitian lanjutan mengenai kepuasan konsumen dalam keputusan pembelian.