

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya peradaban dan globalisasi, kehidupan dan budaya manusia semakin mengalami peningkatan, tidak terkecuali dengan peningkatan usaha makanan. Peningkatan usaha makanan pada saat ini semakin menjangkau semua lapisan masyarakat, usaha makanan menjawab semua tuntutan masyarakat akan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan makanan. Meningkatnya persaingan usaha mengharuskan pada pelaku usaha untuk memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan usaha yang terjadi dilingkungan sekitarnya dan meningkatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik daya beli konsumen pada produk yang dijual.

Perubahan pola konsumsi makanan merupakan gaya hidup masyarakat modernisasi pada saat ini, kepraktisan dan cita rasanya membuat semakin laris makanan jenis ini. Karena pada saat ini banyak bermunculan pesaing dalam bidang makanan, hal ini mengharuskan pelaku usaha untuk selalu melakukan inovasi dan menciptakan cita rasa yang sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga para pelaku usaha harus sangat memperhatikan apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen, agar konsumen puas dengan yang perusahaan berikan. Berbagai usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang signifikan agar dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan yang sangat tinggi.

Menurut Kotler dan Keller (2010:230) “Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk”. Perencanaan produk yang dihasilkan harus

sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, produk yang dihasilkan harus

mencerminkan kualitas yang baik. Kualitas produk merupakan hal penting yang diperhatikan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian, oleh sebab itu perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang akan dijual dengan cara menjaga cita rasa, bahan yang digunakan, proses pembuatan dan lain sebagainya.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen, pelayanan prima akan menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya akan membawa perlindungan terhadap penjualan dan keuntungan usaha. Layanan yang buruk akan menyebabkan ketidakpuasan konsumen, dengan adanya ketidakpuasan konsumen akan menimbulkan citra yang buruk pada usaha kedepannya, sehingga konsumen tidak hanya akan pergi, tapi juga meminta konsumen lain untuk mengunjungi tempat lain. Menurut Assegaf (2009) “kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis”. Sesungguhnya, biaya untuk mendapatkan pelanggan baru lebih besar daripada mempertahankan pelanggan lama. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku usaha untuk memberikan pelayanan terbaik perusahaan kepada konsumen dan mampu mengatasi masalah.

Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap pelaku usaha dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu menyusun serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara berkelanjutan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meraih keunggulan kompetitif terhadap para

pelaku usaha pesaing.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, merupakan faktor penentu yang mempengaruhi pilihan pembelian. Harga merupakan nilai yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen atas penjualan produknya. Apabila harga yang dipatok untuk suatu produk sesuai dengan kualitas dan layanan yang diberikan maka konsumen tidak akan kecewa untuk membayar harga yang telah ditentukan oleh pelaku usaha akan tetapi jika harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas dan layanannya maka konsumen akan mengalami kekecewaan dan tidak senang dengan produk yang pelaku usaha jual sehingga hal tersebut bisa mengakibatkan ketidakpuasaan konsumen. Harga menurut Kotler dan Keller (2010:85) “adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa”. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang mendukung penelitian ini antara lain:

Samhah (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Yunitasari (2016) “Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restaurant KFC” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan pada restoran Kentucky Fried Chicken A.Yani di Surabaya.

Lenzun dkk ( 2014) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Promosi Secara bersama (Simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di kelurahan Winangun 1, Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di kelurahan Winangun 1, Secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di kelurahan Winangun 1, dan Promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel.

Bailia dkk (2014) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado, Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan

Lamongan di kota Manado, dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado.

Sejati (2016) ‘Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks’ Hasil penelitian ini menunjukkan



bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan

pembelian harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan

pembelian; kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan

pembelian.

Jamaludin Dan Endang Ruswanti (2016) *'Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia'* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tidak ada pengaruh langsung dari masing masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, penelitian ini menemukan dampak kualitas layanan terhadap peningkatan kepuasan pasien ada dampak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan tanpa adanya mediasi kepuasan pasien.

Zeyad M. EM. Kishada dan Norailis Ab. Wahab (2015) *'Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking'* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Meningkatkan loyalitas pelanggan dengan merevisi strategi bank untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru yang memiliki potensi untuk loyalitas

membangun kepuasan dengan memusatkan perhatian pada pelanggan sebagai pertimbangan utama.

Lutfi dkk (2014) "*The Effect of self Service technology Service Quality and relationship marketing on Customer Satisfaction and loyalty*" Menunjukkan bahwa teknologi swalayan kualitas layanan dan pemasaran hubungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pemasaran hubungan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan namun tidak dapat membuktikan pengaruh teknologi swalayan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Aurimas dan Borisas (2009) "*Influence of price and Quality to Customer*

*Satisfaction neuromarketing approach*" Menunjukkan bahwa Harga dan kualitas

berpengaruh tinggi bagi Kepuasan Pelanggan yang dapat menciptakan kesuksesan

dalam bisnis

Harga dan kualitas disepakati berpengaruh signifikan secara statistik

pada Kepuasan Pelanggan.

Dodi dkk (2015) "*The effect of Service product Quality perceived value on Customer purchase intention Satisfaction*"

Menunjukkan bahwa semua variabel komponen kepuasan pembelian tela mempengaruhi kepuasan pembelian dan niat pembelian secara signifikan secara berurutan variabel yang berpengaruh paling tinggi dengan nilai paling rendah adalah kualitas produk nilai yang tertentu dan layanan.

Konsumen saat ini dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih restoran yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Konsumen tidak sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang sesuai dengan kualitas dan harga yang dibayar yang menyertainya, sehingga konsumen akan merasa puas. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil yang di ekspektasikan konsumen. Perasaan senang atau kecewa terbentuk dalam diri konsumen melalui kualitas produk, pelayanan dan harga yang di dapatkan konsumen cenderung membeli produk yang memiliki kualitas baik, pelayanan prima dan harga terjangkau.

Warung makan Bakso H. Sabar Yosowilangun, Kabupaten Lumajang adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner. Warung bakso di Lumajang merupakan makanan yang memiliki peminat yang cukup besar dan dapat dijangkau oleh semua kalangan. Selain itu bakso merupakan makanan yang cocok

untuk disantap kapan pun, sehingga tidak membutuhkan waktu khusus untuk



menikmatinya. Hal ini semakin menarik minat para pelaku usaha untuk merambah

bisnis usaha kuliner bakso. Semakin berkembang dan bertambahnya pelaku usaha

di bidang bakso ini, maka semakin membuat para pelakunya ditantang untuk

dapat menciptakan *differensiasi* unik dan *positioning* yang jelas sehingga

konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Kondisi pasar yang

kompetitif dan dinamis akan mengakibatkan setiap perusahaan harus selalu

mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya.

Bakso H. Sabar Yosowilangun ini merupakan bakso yang terkenal dikalangan masyarakat Lumajang dan sekitarnya. Bakso ini yang membuat terkenal dikarenakan ada berbagai macam ukuran pentol bakso dan berbagai varian tambahan untuk menu bakso tersebut seperti tulang iga, babat, usus, tetelan, kaki sapi kokot. Sedangkan untuk ukuran pentolnya dimulai dari harga Rp.10.000, Rp.20.000, Rp.30.000 dan Rp. 50.000. Dari semua menu tersebut konsumen berhak memilih sesuai selera dan kebutuhan masing-masing.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut, maka judul penelitian ini adalah  
: **Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Harga Terhadap  
Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H.  
Sabar Yosowilangun)**

### **1.2 Batasan Masalah**

Oleh karena itu untuk mendukung hasil yang baik, penulis perlu untuk membatasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini merupakan penelitian di bidang manajemen pemasaran.
2. Penelitian ini untuk meneliti produk, harga, pelayanan, dan kepuasan konsumen terhadap usaha kuliner bakso H. Sabar Yosowilangun.
3. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian Bakso H. Sabar Yosowilangun.

### **1.3 Perumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun ?
2. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun ?

3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun ?
4. Apakah kualitas produk, pelayanan, dan harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada usaha Bakso H. Sabar Yosowilangun ?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun.
2. Mengetahui pengaruh pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun.
3. Mengetahui pengaruh harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada usaha Bakso H. Sabar Yosowilangun.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak, adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi untuk pengembangan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam mempertahankan dan meningkat loyalitas pelanggan yang dapat dipergunakan sebagai pedoman untuk menentukan kebijakan kebijakan kualitas produk dan harga.

2. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan masukan untuk mempertimbangkan tentang kualitas produk dan harga dalam melakukan pembelian produk produk yang di tawarkan.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini disamping sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata 1 di Sekolah Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang, juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan ilmu di bidang manajemen pemasaran

khususnya tentang kualitas produksi, harga dan loyalitas pelanggan.

#### 4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan masukan dan referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian sejenis terhadap variabel kualitas produk dan harga, serta variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, pada tempat dan periode yang berbeda.

