

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semua manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena budaya kebutuhan tersebut ikut berbeda. Dalam memenuhi kebutuhan manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang sama. Masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih menyukai memenuhi kebutuhan pangan mereka dengan mengkonsumsi makanan yang dibeli dari restoran, depot, dan lainnya. Hal tersebut dikarenakan budaya yang muncul seperti malas untuk memasak sendiri di rumah dan citra rasa restoran yang memiliki *image* yang lebih enak daripada buatan sendiri.

Berdasarkan fakta di atas banyak perusahaan yang tertarik untuk membuka bisnis makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain dari nilai investasi yang cenderung lebih kecil, juga adanya potensi pasar yang besar. Semakin ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang di anggap paling tinggi dari beberapa produk.

Sidoarjo merupakan kota pengembangan dari kota Surabaya dengan jumlah penduduk yang cukup banyak sehingga para pebisnis dan pengusaha tertarik untuk melakukan bisnis di kota Sidoarjo, terutama perkembangan tempat makan siap saji. Disisi lain perkembangan jumlah *outlet*, Rumah makan dan restoran di kota Sidoarjo makin berkembang. Terkait dengan proses kepuasan konsumen guna untuk membeli produk khususnya produk di Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo yang dapat memuaskan

kebutuhan dan keinginan konsumen. Rumah makan yang terletak di Jl. Pepelegi Indah No.18, Pepelegi Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur ini menyediakan berbagai macam jenis makanan tidak hanya gudeg saja yang menjadikan rumah makan ini populer. Disana juga menyediakan lauk, sayuran dan berbagai macam jenis minuman dingin dan paanas.

Sekian banyak rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan pembelian di rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produknya, harga produk maupun kualitas layanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan konsumen terhadap kualitas produk yang terbaik, harga yang cukup terjangkau dan pelayanan yang terbaik pula.

Menurut Kotler (dalam Maria 2013:1) mengatakan bahwa definisi produk adalah yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Dengan adanya kualitas yang bagus dan terpercaya, produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Harga adalah sejumlah uang dan jasa atau barang barang yang tersedia ditukarkan oleh pembeli untuk mendapatkan berbagai pilihan produk dan jasa yang tersedia (Tjiptonno dalam Amalia dan Asmara, 2017). Sedangkan menurut Zeithaml, Parasuraman dan juga Berry (dalam Maria 2013:2) Kualitas Pelayanan merupakan persepsi

pelanggan terhadap keunggulan suatu layanan. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk (Setiawan dalam Cynthia Violita 2017:1).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk, dan juga kesan produk (Mullins dan Boyd dalam Kotler 2009:362)

Harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar dari produk dan jasa. Sedangkan menurut Daryanto (2013) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki produk. Hal ini berarti bahwa harga merupakan sejumlah uang yang akan dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapat barang atau jasa yang diinginkan. Konsumen akan sangat sensitif mengenai harga karena konsumen akan membandingkan harga dengan apa yang didapat.

Menurut Kotler (2003) pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Selain itu menurut Lovelock (2002) kualitas pelayanan di definisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi konsumen pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2009) Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan *performance* produk terhadap ekspektasi mereka.

Pada penelitian ini hanya memfokuskan pada Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo karena banyak konsumen yang datang pada tiap harinya sehingga membuat peneliti begitu tertarik untuk melakukan penelitian di tempat tersebut. Konsumen yang datang tiap harinya kurang lebih 100 orang bahkan bisa lebih lagi di hari-hari libur. Hal yang menarik dari Rumah Makan Gudeg Bu Harman yaitu menawarkan berbagai macam menu makanan dengan harga yang cukup terjangkau dan masih dalam kategori yang bisa dicapai oleh kalangan menengah kebawah maupun menengah keatas, Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo juga menyediakan mulai dari produk makanan dan produk minuman yang beraneka ragam. Rumah Makan Gudeg Bu Harman menyediakan nasi gudeg sebagai menu andalan mereka, dan memiliki aneka macam masakan lain sebagai pelengkap diantaranya ada nasi gudeg pecel, garang asem ayam, nasi campur, nasi rawon dan masih banyak lainnya. Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo memberikan pelayanan yang cukup baik, pada saat konsumen datang konsumen akan diberikan daftar menu lalu karyawan menjelaskan mengenai pilihan makanan yang akan dipesan oleh konsumen. Makanan yang ditampilkan oleh pihak Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo dibuat semenarik mungkin sehingga menggugah selera makan konsumen dan memesan makanan yang di anggap konsumen enak dan menarik. Berkembangnya rumah makan ini tentu tidak terlepas dari bentuk produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Bentuk produk dan pelayanan ini akan mempengaruhi pada

kepuasan konsumen yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo.

Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo didapati selalu ramai di siang hari oleh konsumen terutama hari sabtu dan minggu. Tentunya banyaknya konsumen ini mewakili banyaknya kesan dan testimony yang timbul dengan kepuasan produk, harga dan pelayanan konsumen. Salah satu karyawan Rumah Makan Gudeg Bu Harman menjelaskan bahwa kini perusahaan masih terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen agar konsumen terus merasa puas akan produk yang ditawarkannya. Beliau juga menyadari masih ada banyak kekurangan yang dialami contohnya, penyajian produk antara yang di menu dengan yang di sajikan terkadang berbeda, fasilitas lahan parkir yang sedikit sempit untuk roda empat, pelayanan penyajian makanan yang lama karena banyaknya jumlah konsumen yang berkunjung. Selain itu Rumah Makan Gudeg Bu Harman juga belum pernah melakukan survey terkait kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo?
- b. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo?
- d. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo.
- d. Untuk mengetahui Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

Konsumen Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka manfaat yang dapat diperoleh :

Dalam hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan kajian mengenai teori kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen agar dapat mendukung penelitian ini

1.5 Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya bagi Rumah Makan Gudeg Bu Harman dalam mengutamakan Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan kepada konsumen yang selanjutnya menimbulkan Kepuasan Konsumen yang membantu pencapaian tujuan dari Rumah Makan Gudeg Bu Harman Sidoarjo.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan dapat mempraktekan teori yang selama ini peneliti didapatkan selama di bangku kuliah pada keadaan yang sebenarnya pada perusahaan.

c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mencetak calon sarjana sesuai dengan bidangnya, maka kegiatan penelitian melalui mahasiswanya merupakan bentuk kepedulian dan pengabdian.

d. Bagi Pihak Lain

Dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa.