

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi ini, yang ditandai dengan masuknya perusahaan-perusahaan asing serta *expatriate* meningkatkan standar pelayanan yang berpengaruh juga terhadap meningkatnya ekspektasi konsumen, sehingga persaingan perusahaan yang adapun semakin ketat. Fluktuasi ekonomi di Indonesia ternyata tidak mempengaruhi industri makanan dan minuman. Jenis usaha tersebut masih berjalan lancar karena masyarakat membutuhkan makanan. Makanan merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi dan tidak terpengaruh oleh keadaan ekonomi di Indonesia. Para wiraswasta berlomba-lomba memberikan nilai tambah (*value added*) pada produk mereka agar semakin menarik dimata konsumen dan meningkatkan pelayanan dengan cara mereka masing-masing (SWA, 2005: swa.co.id). Hal ini juga berguna untuk mendapatkan ataupun meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, dengan harapan akan melakukan pembelian kembali.

Profil bisnis ritel di Indonesia, bila dilihat dari ukuran modal tetap, terdiri dari skala kecil (dibawah Rp. 25 Juta), skala menengah (antara Rp. 25 Juta sampai dengan Rp.100 Juta), dan skala besar (lebih dari Rp.100 Juta).

Jenis usaha yang termasuk skala kecil adalah mulai dari pedagang kaki lima, kios-kios di pasar tradisional, sampai warung atau toko-toko kecil. Sedangkan untuk skala menengah adalah toko - toko pada umumnya berlokasi di daerah pertokoan. Jenis usaha skala besar adalah modalnya melebihi Rp 100 Juta, yang biasanya berbentuk seperti *department store*, *hypermart* atau pasar swalayan, atau restoran-restoran besar yang biasanya berdiri sendiri.

Bisnis ritel yang diteliti dalam penelitian ini adalah bisnis *Food and Beverages*, atau yang lebih sering dikenal dengan dengan istilah Restoran. Restoran adalah salah satu bentuk toko ritel yang sudah tidak asing lagi bagi konsumen, yang menyediakan produk sekaligus jasa secara bersamaan (*hibrida*). Sedangkan restoran yang menjadi objek penelitian adalah Restoran Jepang Nagoya Fushion, yaitu suatu restoran skala menengah yang menyajikan makanan khas Jepang. Menurut Atmodjo (2005) restoran adalah:

”Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman”.

Menurut Powers (2003), “Restoran adalah setiap tempat umum yang khusus menjual makanan untuk konsumsi di suatu tempat atau tanpa tempat”. Menurut Walker (2004), “Restoran adalah salah satu tempat dimana pengunjung dapat menggunakan alat indra untuk menikmati pelayanan tertentu”. Sedangkan menurut Ninemeier dan Hayes (2006) restoran adalah:

“Suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjual makanan atau minuman kepada individu-individu dan tamu-tamu dalam kelompok kecil”.

Restoran Jepang pada mulanya berasal dari kedai-kedai kecil yang berada dipinggir jalanan Negara Jepang. Kemudian timbul keinginan untuk mencakup pelanggan yang lebih luas maka didirikan restoran. Makanan Jepang yang mengandung gizi dan protein yang tinggi karena bahan-bahan dan bumbu yang digunakan adalah bahan-bahan alami dan menggunakan daging-daging segar berkualitas tinggi. Di Kota Solo terdapat berbagai restoran yang menyediakan makanan khas Jepang, salah satunya adalah Restoran Airu Sushi *Mezzanine Terrace* yang terletak di The Sunan Hotel. Dengan berbagai hidangan khas Negara Sakura yang lezat, konsumen dapat menikmatinya dengan tempat yang nyaman. Akan tetapi, harga dari restoran tersebut sangatlah mahal. Dikarenakan tempat serta kualitas yang terbilang *high class*. Dibandingkan dengan Restoran Airu Sushi *Mezzanine Terrace*, harga di Restoran Jepang Nagoya Fushion sangat terjangkau bagi kalangan menengah ke bawah. Restoran ini menggunakan konsep *low price high quality*.

Konsep yang diterapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya adalah restoran yang menawarkan bermacam-macam jenis masakan Jepang. Selain itu restoran ini juga menawarkan jenis makanan lain serta minuman yang dapat dipesan melalui daftar menu. Restoran Jepang Nagoya Fushion ini merupakan salah satu restoran yang menghadapi ketatnya persaingan bisnis

restoran pada saat ini. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku loyal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut (Mowen dan Minor, 2002).

Kepuasan konsumen terhadap suatu restoran dipengaruhi oleh banyak aspek, salah satunya adalah aspek kualitas layanan (*several qualities*). *Servqual* pertama kali dicetuskan oleh tiga sekawan Valarie Zeithaml, Parrasuraman, dan Leonard Berry pada tahun 1988 dengan jurnal "*Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Several Qualities*". Riset ini mengidentifikasi semua bentuk pelayanan yang berkualitas ke dalam lima dimensi besar. Kepuasan konsumen merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002).

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, Promosi, dan Kualitas Layanan sejauh mana berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen di Restoran Jepang Nagoya Fushion di Solo, dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Restoran Jepang Nagoya Fushion di Solo.

Berdasarkan uraian di atas, maka pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti tentang **“ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK, KEBERSIHAN, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN JEPANG NAGOYA FUSHION SOLO”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara Harga, Produk, Kebersihan, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Jepang Nagoya Fushion?
2. Apakah variabel Kualitas Layanan berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Jepang Nagoya Fushion?
3. Apakah variabel Harga, Produk, Kebersihan, Promosi dan Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Konsumen di Restoran Jepang Nagoya Fushion Solo secara bersama-sama?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Jepang Nagoya Fushion Solo secara individu.
2. Untuk mengetahui variabel Kualitas Layanan berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Jepang Nagoya Fushion Solo.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan dari Harga, Produk, Kebersihan, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Jepang Nagoya Fushion Solo secara bersama-sama.

D. Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Bagi penulis, berharap dari penelitian ini akan mampu menambah wawasan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang didapat selama proses perkuliahan dimana berhubungan dengan manajemen pemasaran, terutama manajemen pemasaran jasa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi almamater, penelitian ini dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terutama dalam ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.
- b. Bagi restoran, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan Kepuasan Konsumen.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

E. Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Pentingnya Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen, Penelitian Terdahulu dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Kerangka Pemikiran Teoritis, Definisi Operasional Variabel, Subyek Penelitian, Data dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, dan Metode Analisis Data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Deskripsi Responden, Analisis Data dan Pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran.