

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya, antara lain dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitikberatkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan menungguli para pesaingnya.

Usaha untuk mempertahankan konsumen bukanlah hal yang mudah, sebab diperkirakan untuk mempertahankan satu konsumen saja biayanya lebih mahal daripada mendapatkan satu konsumen. Perusahaan dalam mempertahankan konsumen merupakan satu prestasi tersendiri yang mencerminkan kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan perusahaan baik barang atau jasa. Salah satu usaha

yang sekarang ini banyak diminati masyarakat yaitu usaha di bidang jasa, khususnya jasa waralaba. Contohnya waralaba yaitu Restoran atau Rumah Makan.

Citra Rumah Makan yang sudah terbentuk di mata masyarakat sebagai tempat yang enak dan santai untuk menikmati menu atau hidangan yang tersedia. Rumah Makan menjadi tempat yang menyenangkan, di dalam memuaskan kebutuhan untuk dapat menikmati hiburan dan menikmati menu atau hidangan yang tersedia dengan suasana santai dan nyaman. Dimana mereka dapat menghabiskan waktu berkumpul bersama keluarga, teman atau relasi dalam suasana yang informal.

Restoran atau Rumah Makan merupakan salah satu usaha di bidang jasa. Bisnis ini menawarkan jumlah maupun jenis makanan dan minuman serta hiburan kepada pengunjung. Kondisi ini menuntut pengusaha saling bersaing baik dengan kompetitor dengan cara meningkatkan kualitas produk yang dalam hal ini variasi menu makanan dan minuman, harga, fasilitas maupun pelayanan. Menu yang bervariasi dengan harga yang terjangkau serta penyediaan fasilitas dan pelayanan yang baik diharapkan dapat memberikan suatu kepuasan pada konsumen. Dengan tercapainya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen maka tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat terpenuhi.

Persaingan yang ketat menyebabkan suatu restoran perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini menyebabkan restoran-restoran yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan

dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan konsumen. Strategi distribusi menjadi salah satu pilihan yang berkembang saat ini. Salah satu diantaranya adalah sistem *delivery service* (layanan antar). Layanan antar merupakan suatu kemudahan yang diberikan oleh pihak produsen, dalam hal ini restoran, untuk mengantar pesanan produk yang diinginkan ke suatu tempat yang dikehendaki konsumen.

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa belum puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Jadi, rumah makan yang ingin unggul dalam menciptakan kepuasan konsumen harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Irawan (2008 : 37) kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Irawan berpendapat ada lima *driver* utama konsumen yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosi. Penelitian ini mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen meliputi kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan faktor emosi.

Kualitas produk merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Produk ditawarkan ke pasar agar memperoleh perhatian dari konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk membeli atau mengkonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Faktor harga merupakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk tadi. Semakin ekonomis harga yang ditawarkan, maka konsumen akan puas dan akan mengunjungi tempat tersebut, begitu juga apabila harga itu dianggap konsumen terlalu mahal maka mereka akan berpikir untuk tidak berkunjung ke tempat tersebut. Untuk itulah faktor harga menentukan tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung. Konsumen juga membandingkan harga ke lokasi lain, apabila harga itu lebih murah maka mereka akan datang lagi.

Faktor kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan merupakan ciri serta sifat suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Produsen dapat memberikan kualitas bila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Dengan pelayanan yang diberikan karyawan dengan baik akan mempengaruhi tingkat kenyamanan sehingga mengakibatkan kepuasan konsumen meningkat pula.

Faktor emosi sangat menentukan kepuasan konsumen, perilaku manusia sangat ditentukan oleh emosi yang melingkupinya dan perilaku manusia cenderung untuk menyerap adat kebiasaannya. Keputusan membeli

barang berdasarkan emosi, dimana emosi merupakan perasaan konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga produk yang sesuai dengan harapan yang diinginkan maka akan menciptakan kepuasan konsumen. Semakin baik produk dipilih dihati sesuai dengan harapan akan meningkatkan kepuasan tersendiri atau sebaliknya. Apabila produk yang dipilih tidak sesuai dengan keinginan akan mengakibatkan menurunnya tingkat kepuasan.

Menu makanan dan minuman yang disediakan harus dapat menimbulkan selera konsumen. Menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman yang dapat menimbulkan selera konsumen. Penentuan harga, bertujuan menarik minat konsumen menikmati makanan dan minuman dengan harga terjangkau tanpa mengurangi cita rasa. Penerapan ini diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan dapat mencapai kepuasan yang diinginkan.

Fasilitas harus berorientasi pada kebutuhan konsumen dan selera konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Penyediaan fasilitas harus diperhatikan, dimana penyediaan fasilitas disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga mendorong konsumen untuk selalu melakukan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka berikut ini akan diteliti lebih lanjut mengalami permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Makan Spesial Sambal dengan judul penelitian "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal (Studi kasus

Konsumen di Rumah Makan Spesial Sambal Jalan Blewah Karangasem Surakarta)”.
Surakarta)”).

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam membatasi masalah yang akan diteliti sehingga tujuan dan sasaran yang akhirnya dicapai menjadi jelas, terarah dan mendapatkan hasil yang diharapkan. Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal ?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal ?
4. Apakah ada pengaruh faktor emosi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal ?
5. Apakah ada pengaruh bersama (kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan faktor emosi) terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor emosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal
5. Untuk mengetahui pengaruh bersama (kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan faktor emosi) terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Spesial Sambal

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian di Rumah Makan Spesial Sambal antara lain sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian sebagai masukan bagi divisi pemasaran dalam menjalankan tugasnya, sehingga dapat menjadikan perusahaan lebih maju. Selain itu juga sebagai penambah wawasan perbaikan dan kesempurnaan dalam perkembangan dibidang usahanya.

2. Bagi peneliti

Kegiatan penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa untuk lebih mengenal dunia bisnis secara nyata dan untuk menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran yang belum pernah didapat di bangku

perkuliahan serta sebagai pembanding antara teori matakuliah yang diterima dengan kenyataan yang ada dilapangan.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna menambah wawasan dan pengetahuan serta menjadi referensi bahan penelitian selanjutnya

E. Sistematika penulisan skripsi

Pembahasan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yang masing – masing bab berisi hal-hal sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan pustaka, bab ini berisi tentang pengertian kepuasan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : Metode penelitian, bab ini berisi tentang variabel penelitian, definisi operasional, sampel dan teknik pengambilan sampel, sumber data, dan metode analisis data. Seluruh aspek dalam metode penelitian diterangkan secara ringkas sesuai dengan operasionalisasi penelitian.

BAB IV : Analisis data dan pembahasan, bab ini berisi mengenai gambaran umum responden, deskripsi persepsi (tanggapan) responden, dan analisis data dari hasil penelitian.

BAB V : Kesimpulan dan saran, bab ini berisi penutup dan saran pada penelitian ini.