

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pertumbuhan industri saat ini semakin meningkat dengan sangat pesat. Hal tersebut terjadi pada segala bidang bisnis atau berbagai jenis usaha. Pertumbuhan industri yang semakin meningkat menyebabkan harus menghadapi persaingan yang ketat ini perusahaan dituntut dapat bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal atau sering disebut pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi sebuah parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan.

Menurut (Kotler, 2001) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia merupakan suatu fenomena yang sangat menarik, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang bagi pengusaha asing maupun lokal untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal.

Dampak globalisasi menyebabkan berbagai macam perusahaan seperti perusahaan telekomunikasi, transportasi, perbankan, perhotelan, dan restoran berkembang dengan cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin

dituntut untuk mengerti kebutuhan dan keinginan konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Saat ini konsumen memiliki kekuatan yang besar dalam menentukan produk atau barang apa yang merekainginkan dan juga bagaimana penilaian mereka terhadap merek yang dikonsumsi. Menurut Kotler & Armstrong (2001) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Semakin besarnya penduduk dan semakin banyaknya industri yang berkembang disuatu daerah maka akan mempengaruhi gaya hidup dan perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya. Generasi muda yang lebih suka makan dan menghabiskan waktu ke mall dan tentunya dengan makan makanan ala barat atau restoran siap saji. Inti dari makanan cepat saji terletak pada pelayanan yang cepat dan ketersediaan makanan yang siap dimasak. Ini merupakan bagian dari fenomena abad ke 20 ketika manusia modern menjadi sangat sibuk dan membutuhkan sesuatu yang serba cepat.

Bisnis restoran merupakan bisnis yang memadukan antara produk, cita rasa dan pelayanan. Desain bangunan, interior dan eksterior restoran, suasana yang tercipta di dalam restoran, serta pilihan-pilihan menu makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan pelayanan yang dijual adalah keramah tamahan, kesopanan dan ketrampilan karyawan restoran dalam melayani konsumennya. Selain di tinjau dari kualitas suatu produk, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci keberhasilan. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dan pelanggan. 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. Demikian pula dengan Steak Moen Moen Solo Grand Mall yang lebih berorientasi pada upaya untuk mengarahkan pelanggan maupun calon pelanggan untuk lebih puas terhadap restoran. Dalam menjalankannya pelaku usaha harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Steak Moen Moen Steak Moen Moen solo Grand Mall”

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul :***“Pengaruh Atribut Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Steak Moen Moen Solo Grand Mall”***(Studi Pada Konsumen yang Mengonsumsi Steak Moen Moen Solo Grand Mall)”).

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dibentuk rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah atribut produk berpengaruh kepada kepuasan konsumen pada Steak Moen Moen Solo Grand Mall.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh kepada kepuasan konsumen pada Steak Moen Moen Solo Grand Mall.

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh atribut produk pada kepuasan konsumen Steak Moen Moen Solo Grand Mall.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan Steak Moen Moen Solo Grand Mall.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penulisan dalam melakukan penelitian ini berhaap bahwa hasil dari penulisan peneltianya ini memiiki manfaat yang membangun,adapun harapan tersebut:

1. Bagi pemilik usaha

Bagi pemilik usaha Steak Moen-Moen hasil penelitian ini penulis berharap bahwa penelitian yang dilakukanya ini dapat membantu pemilik usaha untuk mengetahui peranan dan dampak suatu pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen guna meningkatkan volume penjual.

2. Bagi penulis

Hasil penelitian ini bagi penulis penelitian sendiri merupakan suatu kesempatan yang baik untuk dapat menambah pengetahuan dalam penerapan teori yang telah di peroleh di bangku kuliah ke dalam kegiatan praktek.

3. Bagi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Bagi Universitas Muhamadiyah Surakarata penulis berharap bahwa hasil penelitian dapat menambah dan memeperkaya khasanah keilmuan lembaga akadmis dalam penelitian.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk membuat sebuah gambaran yang lebih jelas dan mudah bagi para pembaca dalam memahami penulisan ini. Dari masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi pembahasan tentang landasan teori yang mendeskripsikan teoritis terkait dengan variabel penelitian yang meliputi atribut produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen, Penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai jenis penelitian, definisi operasional, variabel penelitian, data yang di butuhkan, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik analisis data, uji instrument penelitian, uji asumsi klasik.

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang hasil pengumpulan data, statistik deskriptif, analisis dan pembahasan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, implikasi dan saran.