

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan bisnis makanan semakin lama semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya warung makan yang tersebar di kota Solo dengan berbagai variasi menu yang ditawarkan. Masyarakat yang menginginkan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan makanan setiap hari, hal tersebut termasuk salah satu alasan banyak pengusaha yang membuka usaha bisnis makanan. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bersaing secara global, serta mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus mampu menarik konsumen dengan mengetahui kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen yang digunakan sebagai masukan perusahaan untuk mewujudkan kepuasan konsumen serta keberhasilan dalam menjalankan usaha.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang dialami seseorang terhadap hasil dan harapan yang didapat dengan perasaan senang atau tidak senang. Menurut Ogi, dkk. (2014) kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau tidaknya seseorang setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa. Kepuasan yang dirasakan konsumen akan berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan, hal tersebut dapat dilihat apabila konsumen puas dengan produk atau jasa yang diterima maka konsumen akan melakukan pembelian ulang, dan sebaliknya

apabila konsumen tidak puas terhadap apa yang diterima maka tidak akan melakukan pembelian ulang, sehingga dampak dari tidak puas menyebabkan nilai negatif bagi perusahaan. Kepuasan konsumen yang dirasakan tidak hanya dari produk atau jasa yang didapat, akan tetapi pelayanan yang diterima selama proses pembelian produk atau jasa. Kepuasan konsumen tidaklah mudah, karena tingkat kepuasan yang dimiliki konsumen berbeda-beda walaupun dalam produk yang sama.

Dalam proses pemenuhan kepuasan konsumen membutuhkan harga yang terjangkau dengan kualitas yang memadai. Bailia, dkk.(2014) harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas apabila harga yang dipasang atau ditetapkan oleh penjual sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Penetapan harga merupakan strategi pemasaran yang sensitif bagi konsumen dalam melakukan pembelian yang dampaknya akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Maka, perusahaan harus mengetahui strategi penetapan harga yang baik agar dapat melakukan persaingan.

Selain harga, kualitas produk sangat penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Kualitas produk juga dapat menciptakan keuntungan perusahaan, semakin produk yang dihasilkan perusahaan berkualitas maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Lasander, (2013) kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa yang berkaitan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Perusahaan akan berkembang pesat, apabila perusahaan mampu menciptakan produk yang berkualitas paling baik dibandingkan perusahaan yang lain. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen kemudian tertarik untuk mencoba serta membeli produk tersebut.

Tidak hanya harga yang terjangkau dan kualitas produk yang dapat memuaskan konsumen, tanpa adanya pelayanan baik yang diberikan kepada konsumen ketika proses pembelian konsumen tidak akan merasa puas. Kualitas pelayanan merupakan suatu keinginan konsumen untuk dilayani dan pelayanan tersebut berhubungan dengan penjualan produk yang akan dibeli konsumen (Suwandi, dkk. 2015). Tidak sedikit konsumen yang mengukur kepuasan yang dirasakan berdasarkan pelayanan yang diterima, maka pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh suatu perusahaan harus semaksimal mungkin karena dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada perusahaan tersebut.

Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah merupakan warung makan tengkleng yang terkenal dikota Solo yang setiap harinya ramai dikunjungi oleh masyarakat Solo dan luar Solo. Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah ini menawarkan beragam varian mulai dari tengkleng, sate, tongseng, dan lain-lain. Dengan banyaknya pengunjung bisa dinyatakan bahwa konsumen pada warung makan ini merasa puas. Dengan hal tersebut maka penulis ingin meneliti pengaruh kepuasan konsumen di Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah. Selain itu, penyebab konsumen merasa puas dan melakukan pembelian ulang di warung makan tersebut, apakah dari segi harga yang ditawarkan, kualitas produk, dan pelayanan yang menyenangkan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ‘ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi kasus pada Warung Tengkleng dan Sate Mbak Diah Solobaru).

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada Warung Makan Tengkleng dan Sate Mbak Diah Solobaru?
2. Apakah harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada Warung Makan Tengkleng dan Sate Mbak Diah?
3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Warung Makan Tengkleng dan Sate Mbak Diah Solobaru?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Warung Makan dan Tengkleng Mbak Diah Solobaru?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti

Memberikan wawasan pengetahuan penulis mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

- b. Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan dalam melakukan penelitian yang sejenis dalam waktu dan tempat yang berbeda, serta menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

- c. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam sumbangan konseptual bagi perkembangan ilmu manajemen dan menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Pengelola

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pengelolaf aktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga pengelola dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya.

## **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini akan disajikan secara sistematika sedemikian rupa, sehingga apa yang penulis kemukakan dapat dipahami dengan mudah.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, kerangka penelitian yang menghasilkan hipotesis penelitian menjadi pedoman analisis data.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang berisi tentang penggunaan metode penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

**BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pengujian hipotesis, pengujian data dan pembahasan penelitian.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang ada dan berisikan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dalam penelitian.