

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan perekonomian pada era modern globalisasi sekarang ini sudah semakin pesat, untuk menjalankan sebuah bisnis bukan hal yang sulit. Terbukti dari banyaknya perusahaan-perusahaan yang didirikan, tetapi bukan berarti akan mudah bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan bahkan meningkatkan perusahaan tersebut tanpa adanya strategi bisnis yang tepat terutama bagi perusahaan yang baru berdiri. Salah satu bisnis yang diminati oleh para pebisnis adalah bisnis jasa. Menurut Kotler (2005:486) jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak yang lain yang secara prinsip *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.

Jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk. Jasa bersifat tidak berwujud (*intangibility*), tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), dan daya tahan (*durability*). Sifat jasa yang tidak berwujud (*intangibility*) membuat konsumen membutuhkan bukti-bukti fisik yang menjadi bukti bahwa jasa tertentu dan dapat membuat konsumen merasa puas dan senang, namun bukan berarti produk memiliki sifat yang berwujud (*tangibility*) membuat konsumen tidak membutuhkan bukti-bukti akan hasil tersebut. Berbagai jenis bisnis jasa banyak ditawarkan contohnya seperti: hiburan, hotel, transportasi,

bengkel, bank, rumah sakit, termasuk juga warung-warung atau tempat kuliner.

Pada era saat ini banyak sekali warung kuliner yang bermunculan dimana-mana tepatnya di Kabupaten Sukoharjo. Dari warung makan sampai warung yang menawarkan berbagai macam minuman yang menyegarkan. Para pemilik warung atau owner kedai yang dimiliki berlomba-lomba menyajikan keunikan dari apa yang dijual kepada para konsumen sehingga menarik calon pembeli dengan produk apa yang ditawarkan pada kedai tersebut. Kedai dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sebuah bangunan tempat berjualan makanan atau minuman.

Semakin banyaknya kedai di Kota Sukoharjo yang bermunculan salah satunya kedai Es Buah Mblenger Sukoharjo. Upaya yang harus dilakukan pada kedai es mblenger adalah mempertahankan konsumen dan meningkatkan konsumennya. Upaya dalam mengatasi persaingan antara kedai es buah mblenger dengan kedai es buah yang lain, yang sama-sama memberikan jasa adalah meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan ini memiliki nilai yang sangat besar dalam membawa pelanggan menuju tingkat kepuasan. Sehingga dalam hal ini kepuasan tersebut akan memberikan dampak yang baik bagi kedai es buah mblenger di Sukoharjo.

Perusahaan harus memiliki *competitive advantage* agar dapat memenangkan persaingan, salah satu caranya adalah dengan memenuhi keinginan konsumen (*consumer oriented*). Konsumen akan memilih produk

dan jasa yang memberikan nilai terbesar bagi mereka. Jadi, cara untuk mempertahankan pasar adalah dengan membuat konsumen puas, termasuk dengan memberikan mutu produk dan kualitas layanan yang terbaik (Anshori 2007:18; Kotler 2010:20-23). Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja/ *performance*, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk, dan juga *perceived quality*/ kesan produk (Mullins dan Boyd dalam Kotler 2009:362). Produk dengan kualitas yang bagus dan terpercaya akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk tersebut (Majalah *Service Excellence* Edisi 02/II, 2012:24-26). Meskipun mempunyai kualitas produk yang baik, hal tersebut belum tentu membuat konsumen puas. Kepuasan konsumen juga tergantung pada kualitas layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kualitas layanan adalah setiap tindakan/ kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, biasanya tidak berwujud (Kotler 2009:386). Masalah kepuasan konsumen menjadi semakin kompleks karena perusahaan perlu memperhatikan aspek-aspek lain yang ada pada kualitas produk dan kualitas layanan (Wibisono 2011:50-51). Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk memperoleh laba yang besar dan juga menciptakan konsumen yang puas.

Kualitas Produk yaitu produk yang ditawarkan perusahaan akan berpengaruh terhadap kegiatan perusahaan mulai dari mendesain, mengadakan sistem produksi dan operasi, menciptakan program pemasaran, sistem distribusi, iklan dan mengarahkan tenaga penjual untuk menjual. Secara umum definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut William. J Stanton dalam Alma (2004:139), Produk adalah seperangkat atribut yang berwujud maupun tidak berwujud termasuk didalamnya warna, harga, nama baik produk, nama baik toko yang menjual (pengecer) dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan kebutuhan dan keinginan. Sedangkan menurut Kotler (2005:84) produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk menurut Assauri (2001:123) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

1. Fungsi suatu produk Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.
2. Wujud luar Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya.
3. Biaya produk bersangkutan. Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

Dimensi Kualitas Produk Menurut Tjiptono (2008:25) terdapat delapan dimensi kualitas produk, yaitu sebagai berikut :

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Ciri – ciri (*features*)
- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Kesesuaian (*conformance*)
- 5) Estetika (*aesthetics*)
- 6) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceivedquality*)

Secara umum jasa merupakan kegiatan yang tidak berwujud, tidak dapat disimpan serta tidak dapat dimiliki. Lupiyoadi (2006:7) berpendapat bahwa jasa yaitu semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik maupun konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah. Menurut Kotler (2004:276) pengertian jasa adalah aktivitas atau keuntungan yang dapat ditawarkan seseorang kepada orang lain, dimana secara esensial tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan dari apapun juga.

Kualitas Pelayanan yaitu, memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi

(2013:216) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Dimensi Kualitas Pelayanan menurut Parasuraman et al. dalam Purnama(2006:22) terdapat tiga dimensi pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Bukti fisik (*Tangibles*)
- 2) Keandalan (*Reliability*)
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Faktor – faktor yang dapat mendukung dalam kepuasan konsumen adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, biaya dan kemudahan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berfungsi sebagai acuan yang membawa variabel-variabel kedalam kepuasan. Tanpa adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik pada suatu bisnis kedai, konsumen tidak akan merasa puas dan dampak negatif akan muncul terhadap kedai tersebut. Kualitas produk mempunyai beberapa dimensi meliputi kinerja, keandalan, *conformance*, empati, jaminan. Sedangkan kualitas pelayanan juga mempunyai beberapa dimensi yang hampir sama meliputi bukti fisik, keandalan pelayanan, kesigapan pelayanan.

- a. Bukti fisik merupakan elemen – elemen yang mempresentasikan produk dan pelayanan secara fisik yang diberikan kepada pelanggan. Misalnya lokasi, rasa dan porsi yang disajikan produk tersebut. Lokasi meliputi ruang makan untuk menikmati es buah, sedangkan rasa dan porsi yang

disajikan untuk konsumen enak dan banyak. Maka kesempurnaan kualitas produk dan kualitas pelayanan semakin terjamin.

- b. Kinerja merupakan hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu didalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti hasil standar kerja, target atau sasaran atau kriteria yang ditentukan terlebih dahulu dalam penjualan dan menarik pelanggan.
- c. Kesesuaian menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standard atau spesifikasi tertentu. produk yang mempunyai *conformance* tinggi, berarti produknya sesuai dengan standard yang telah ditentukan. Karena aspek dari *conformance* adalah konsistensi. Oleh karena itu konsistensi yang diberikan dari kedai es buah mblenger tersebut harus stabil untuk memuaskan konsumen.
- d. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.
- e. Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.
- f. Kesigapan Pelayanan yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dapat dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat.

Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan konsumen.

Dalam era modernisasi sekarang ini banyak kedai yang mempunyai kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik di Sukoharjo, salah satunya yaitu Kedai Es Buah Mblenger. Kedai Es Buah Mblenger merupakan salah satu kedai yang paling ramai di kota Sukoharjo karena kedai ini kedai yang ramai, umumnya kedai yang ramai mempunyai pelanggan yang banyak dan diminati beberapa kalangan masyarakat. Sehingga dalam pengisian kuesioner akan memiliki kestabilan dan menjawab dengan jawaban yang cukup tepat.

Beberapa penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen telah dilakukan. Seperti halnya penelitian yang dilakukan Marsusanti dan Susilawati dengan judul penelitian “pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen matahari departement store di Sukabumi” tahun 2016. Namun, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan ketidak konsistenan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali mengenai analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, yaitu: Windarti dan Ibrahim (2017). Dalam penelitiannya tersebut menggunakan dimensi kualitas produk (*features, performance, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, perceived quality*) sedangkan kualitas pelayanan

menggunakan dimensi (*tangibles, reliability, responsive, assurance, empathy*).

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan peneliti dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Es Buah Mblenger Sukoharjo”**.

B. Perumusan Masalah

Dari sekian banyak penjelasan – penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah – masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Kedai Es Buah Mblenger di Sukoharjo?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Kedai Es Buah Mblenger di Sukoharjo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah apa yang diketahui:

1. Untuk menganalisis pengaruh *variable* kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di kedai es buah mblenger Sukoharjo
2. Untuk menganalisis pengaruh *variable* kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di kedai es buah mblenger Sukoharjo

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi akademis, dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi pembaca dan peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan karakter dimensi yang ada didalam kualitas produk dan kualitas pelayanan.
- b. Bagi penulis, untuk menambah wawasan manajemen pemasaran terutama menyangkut dengan penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan karakter dimensi yang ada didalam kualitas produk dan kualitas pelayanan bahwa ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pihak Lain, seperti swasta atau wiraswasta sebagai masukan bagi mereka untuk memilih sistem manajemen pemasaran sebagai alternatif usaha.
- b. Bagi Masyarakat, dapat meningkatkan kesadaran pentingnya produk yang ditawarkan kepada konsumen dari pihak produsen.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai bagian – bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini, penulisan membaginya menjadi tiga bab yaitu sebagai berikut :

BAB I :PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang ada hubungannya dengan penelitian ini, sehingga penulis dapat mengemukakan suatu hipotesis.

BAB III :METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang populasi dan sampel, jenis dan sumber data, variabel dan pengukurannya, model penelitian, uji pendahuluan dan uji hipotesis.

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis dan data yang digunakan, serta pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

BAB V :PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian.