

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan pesat, salah satunya di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bergerak di bidang yang sama sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta tanggap dan cepat dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikan dapat berkembang dengan baik dan besar. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Setiap perusahaan harus bekerja keras untuk menciptakan kebijakan-kebijakan strategi baru dalam memasarkan produk barang dan jasa mereka terhadap konsumen. Pada dasarnya semakin banyak persaingan maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan dan dapat bertahan dalam persaingan pasar. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan studi atau penelitian yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

Strategi pemasaran terdapat empat unsur yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place* yang selalu berkembang seiring berkembang teknologi dan gerak perusahaan serta perubahan perilaku konsumen. Perilaku konsumen mempunyai peran yang sangat penting terhadap perumusan strategi pemasaran. Hal ini disebabkan karena strategi pemasaran menyangkut pemilihan pasar-pasar yang akan dijadikan sasaran pemasaran serta merumuskan dan menyusun suatu kombinasi yang tepat dari *marketing mix* sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Keragaman produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan Kotler dan Armstrong(2008:272). Menurut Kotler & Keller (2010), menyatakan bahwa berkaitan dengan pemilihan produk dan jasa, konsumen mempunyai kebutuhan dan pengharapan mereka memiliki “bobot perusahaan” tertentu. Keragaman produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan keragaman produk yng baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kotler & Armstrong (2012:248) “*product as anything tat can be offered to a market forattention, acquisition, use, or consumption that might satisfy awant or need*”. Oleh karena itu produk mudah dilihat dan dibandingkan konsumen. Sehingga desain produk dibuat menarik untuk membuat konsumen tertarik pada produk tersebut. Setelah tertarik diharapkan

konsumen mau melakukan pembelian. Pada saat menggunakan produk tersebut maka konsumen akan dapat merasakan manfaat dari produk tersebut.

Penetapan harga merupakan keputusan penting yang menunjang keberhasilan operasi suatu perusahaan. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Kotler & Armstrong (2010:314) Harga adalah sebuah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Keputusan dalam penetapan harga tidak mudah dilakukan, harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek, namun akan sulit dijangkau konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor. Sedangkan bila harga terlalu murah, pangsa pasar bisa melonjak, namun margin kontribusi dan laba bersih akan berkurang.

Pelayanan merupakan faktor penting untuk menciptakan persepsi yang positif terhadap pelanggan sehingga pelanggan akan mendapatkan kepuasan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. Penjual akan disebut memberikan kualitas bila pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen dan perusahaan akan dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggan hampir sepanjang waktu akan disebut perusahaan berkualitas baik. Menurut Tjiptono (2002) mengatakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Kotler (2000) salah satu cara untuk membedakan suatu perusahaan jasa dengan pesaingnya

adalah penyerahan jasa yang berkualitas tinggi secara konsisten. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen dan menjadi cara untuk membedakan perusahaan dengan pesaingnya.

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha (Tjiptono 2004). Menentukan lokasi tempat untuk berbisnis merupakan suatu tugas penting bagi pengusaha, karena pada lokasi yang tepat sebuah perusahaan akan lebih sukses dibanding perusahaan lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun menjual produk yang sama. Menurut Swastha (2002) Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pelanggan melakukan pembelian ulang atau loyalitas yang berkelanjutan. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Menurut Kotler (2001: 46) Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan akan kecewa.

Rumah makan Ayam Bakar Mbak Menuk yang berdiri sejak 27 Juni 2002 merupakan salah satu rumah makan yang terletak di Jl Pandanaran No 95 A Boyolali Jawa Tengah. Rumah makan ini menjual khusus Ayam Bakar. Harga yang ditawarkan juga terjangkau oleh konsumen dan variatif. Menu makanan dan minuman yang tersedia hanya dua jenis ayam potong dada, paha dan sate kulit untuk minuman tersedia teh dan jeruk. Selain menu dengan beberapa pilihan, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik agar memberikan kenyamanan pada konsumen, terdapat beberapa pilihan rumah makan yang menjual produk sejenis di sekitar Warung Ayam Bakar Mbak Menuk, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan dari konsumen sehingga konsumen sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria dan kebutuhan konsumen. Baik itu keberagaman produk, kualitas pelayanan, harga maupun lokasi, sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan konsumen terhadap keberagaman produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi yang ada di rumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam komunikasi dengan para pelanggan tergantung pada keberagaman produk yang tersedia, kualitas pelayanan yang memuaskan, harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah untuk dijangkau.

Pengelola rumah makan harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini, pengelola harus mulai berfikir dengan sudut pandang konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen, sehingga

konsumen akan terpuaskan dengan produknya. Memberikan kebutuhan sesuai keinginan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung akan melakukan pembelian atau penggunaan ulang pada produk dan jasa saat kebutuhanyang sama muncul kembali. Menyadari peran penting dari konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari apa yang ingin di dapat konsumen. Hal ini juga berdasarkan oleh Rumah makan Ayam Bakar Mbak Menuk yang memberikan jasa makanan yang dituntut secara terus menerus untuk meningkatkan performa rumah makan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas makan penelitian ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Keberagaman Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ayam Bakar Mbak Menuk Boyolali”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah disampaikan maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah keberagaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam bakar mbak menuk ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam bakar mbak menuk ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam bakar mbak menuk ?

4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam bakar mbak menuk ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh keberagaman produk terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam bakar mbak menuk
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam bakar mbak menuk
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam bakar mbak menuk
4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam bakar mbak menuk

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan wacana kajian bagi pengembangan teori dan keilmuan dan khususnya yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan yang berhubungan dengan pengembangan manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengelola Rumah Makan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh perusahaan dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan pemasaran dan pengembangan usaha

b. Bagi Konsumen

Memberikan wacana mengenai kepuasan yang dapat diperoleh konsumen dan berbagai hal yang termasuk di dalamnya berkaitan dengan upaya memaksimalkan kepuasan dalam penggunaan dan pembelian produk suatu perusahaan

c. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang pernah di dapatkan di bangku perkuliahan selama ini pada kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas pandangan terutama menyangkut masalah keberagaman produk, kualitas pelayanan, harga, lokasi serta kepuasan konsumen yang berkaitan erat dengan manajemen pemasaram

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pembaca memahami isi dari skripsi ini, maka disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang mengapa penelitian ini perlu dilakukan, dan apa yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan teori yang merupakan penjabaran dari teori tentang keberagaman produk, kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumen, serta teori-teori yang lain yang mendukung. Selain itu, bab ini berisi bahasan hasil penelitian terdahulu, ringkasan hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi variabel penelitian dan definisinya, penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta model analisis yang digunakan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan hasil penelitian, analisis data dan pembahasannya secara lengkap.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran kepada pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian ini