

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia saling bersaing untuk menciptakan hidup yang lebih baik, persaingan terjadi untuk menciptakan tempat yang lebih baik dan layak bagi kehidupan manusia. Begitu pula yang terjadi di dalam dunia bisnis, setiap pergerakan yang terjadi di dalam bisnis adalah sebuah persaingan. Saat ini persaingan bisnis sudah semakin ketat dan keras, begitu juga yang terjadi di Indonesia, persaingan bisnis di Indonesia sudah menciptakan banyak perubahan bagi para pelaku bisnis. Banyak hal yang mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa diantaranya adalah target pencapaian, inovasi- inovasi didalam hidup manusia, tingkat kreatifitas manusia yang terus berkembang, tuntutan hidup yang terus meningkat, dan gaya hidup manusia yang terus berubah disetiap masanya

Perkembangan dunia kuliner saat ini baik yang berorientasi pada makanan, roti juga kue dengan berbagai jenis berkembang dengan pesat. Contohnya kuliner makanan mie yang terdiri berbagai jenis diantaranya mie pangsit, mie ayam, mie goreng dan lain sebagainya. Salah satu kuliner dari mie saat ini yang banyak di gemari oleh masyarakat adalah mie ayam. Dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan mie pangsit banyak di beli oleh masyarakat. Sehingga menyebabkan banyak yang membuka usaha dengan menjual mie yang jenisnya sama dengan tampilan berbeda untuk memberikan ciri khas pada produk yang

mereka jual untuk menarik konsumen. Dari tahun ke tahun jumlah usaha yang menjual mie semakin bertambah. Perkembangan usaha kuliner ini tidak lain disebabkan oleh permintaan dari masyarakat yang semakin beragam. Sehingga banyak usaha yang di tuntut untuk memberikan kualitas mie pangsit yang mereka jual sesuai dengan selera masyarakat dan konsumen akan merasa puas. Kondisi ini memacu para pengusaha kuliner untuk menetapkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan usaha tersebut. Dengan banyaknya usaha miayam ini dapat menimbulkan persaingan yang semakin tinggi antar pelaku usaha kuliner. Salah satu usaha kuliner mie pangsit yang ada di Jember adalah Warung Miayam Abah yang sudah berdiri selama kurang lebih 3 tahun. Dari awal tahun usaha ini di buka mendapat sambutan positif dari masyarakat sehingga penjualan meningkat dari tahun ke tahun jumlah konsumen juga bertambah. Namun di pertengahan tahun 2016 jumlah pelanggan setiap harinya mulai menurun yang tidak di ketahui sebabnya.

Dengan adanya perubahan jumlah pelanggan ini pemilik Warung Miayam Abah ini berusaha mencari cara untuk mengatasi masalah tersebut. Jadi setiap perusahaan saling berpacu untuk memperbanyak pelanggan serta mempertahankan kualitas produk untuk menciptakan keunggulan – keunggulan dari para pesaingnya. Harapan dari adanya keunggulan – keunggulan tersebut secara langsung adalah meningkatkan permintaan serta penjualan dari Warung Miayam Abah, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Dengan

adanya persaingan ini mendorong setiap pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan. Suatu usaha yang mampu bersaing dan bertahan adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk berkualitas sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan atas kualitas produknya, juga dapat menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Kotler (2003) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakannya. Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan konsumen dianggap sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.

Pendapat lain mengenai kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dan Chandra (2005) adalah penilaian bahwa fitur produk atau jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat under-fulfillment dan over-fulfillment. Pelanggan yang secara langsung dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk atau jasa yang telah di berikan oleh perusahaan. Adanya perasaan yang

lebih dirasakan ketika sesuatu hasrat atau keinginan yang diharapkannya tercapai. Dari berbagai definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya kepuasan konsumen mencangkup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan.

Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono 2008:59). 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

Kualitas produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu merek dalam menjalankan fungsinya. Kualitas terdiri dari keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan dan perbaikan dari yang sudah ada (Kotler, 2003). Kualitas menurut Hanan dan Karp (1991 dalam Sururi dan Astuti, 2003), “*Quality is an assessment of the general goodness of a product*” menunjukkan bahwa kualitas adalah pernyataan atas suatu produk secara total pada unsur atau komponen yang menyusun produk dan yang memberikan nilai tambah. Kualitas produk adalah otalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung

pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Armstrong, 2008).

Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2008: 345). Umar (2009: 21) menyatakan harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Tujuan penetapan harga yaitu 1) memperoleh laba yang maksimum, 2) mendapat share pasar tertentu, 3) memperoleh laba dari segmen pasar (market skimming), 4) mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum, 5) mencapai keuntungan yang di targetkan, 6) mempromosikan produk.

Di daerah ngemplak boyolali terdapat salah satu warung makan yang berjalan dalam bidang mi ayam yang sudah banyak dikenal orang. Tak hanya itu saja mi ayam abah merupakan salah satu mi ayam yang memiliki rasa enak dan harga murah meriah, dan memiliki beraneka ragam menu tetapi ada 3 menu yang banyak pelanggan pesan yaitu Miso(miayam baso), mi ayam, dan bakso.

Penelitian ini berupaya mengkaji pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di warung miayam abah, pihak

warung makan harus memperhatikan bahwa setiap komponen diatas merupakan hal yang penting bagi manajemen Pemasaran dalam mempertahankan konsumen. Oleh karena itu, sangat menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Miayam Abah”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian di warung miayam abah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian di warung miayam abah?
3. Apakah persepsi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian di warung miayam abah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di warung miayam abah.
2. Untuk mengetahui terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di warung miayam abah.

3. Untuk mengetahui terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di warung miayam abah.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan, manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan ilmu Pemasaran dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, serta dapat bermanfaat bagi peneliti untuk mengembangkan pengetahuan ilmu Pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Warung Miayam Abah

Diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan masukan bagi Warung Miayam Abah dalam upaya meningkatkan kepuasan terhadap konsumen melalui penelitian ini.

- b) Bagi Peneliti

Peneliti ini dapat menambahkan pengalaman dan pengetahuan tentang pentingnya pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di warung miayam abah.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan konsep dasar, definisi dan teori yang menjadi dasar penulisan yang di kutip dari beberapa literatur nasional dan internasional yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini berupa menjelaskan secara singkat jenis penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, uji instrumen, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang penyajian dan analisis data serta menggambarkan perlakuan data dalam tabel-tabel dan kalimat-kalimat, interpretasi data dan mengungkapkan tentang penafsiran berdasarkan hasil penyajian dan analisa data berdasarkan teori-teori.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan menyajikan pemaknaan secara terpadu terhadap hasil penelitian yang telah diperoleh. Bentuk-bentuk penulisan kesimpulan dapat berupa butir-butir maupun bentuk paragraf. Dari kesimpulan selanjutnya penulis dapat memberikan

saran-saran atau rekomendasi berdasarkan hasil penelitian.