

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Sekarang ini di era modern globalisasi pertumbuhan perekonomian 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) 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. 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 wilayah Pabelan kabupaten Sukoharjo. Dari warung makan sampai warung yang menawarkan berbagai macam minuman yang menyegarkan. Para pemilik warung atau 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. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Semakin banyaknya kedai di Sukoharjo yang bermunculan salah satunya kedai Es Buah Mblenger di wilayah Pabelan. Upaya yang harus dilakukan pada kedai es buah mblenger adalah mempertahankan konsumen dan meningkatkan konsumennya. Upaya dalam mengatasi persaingan antara kedai es buah mblenger dengan kedai es buah yang lain yaitu dengan harga yang terjangkau dan meningkatkan kualitas pelayanan. Harga dan kualitas pelayanan ini memiliki nilai yang sangat besar dalam membawa pelanggan menuju ketinggian kepuasan. Sehingga dalam hal ini kepuasan tersebut akan memberikan dampak yang baik bagi kedai es buah mblenger di wilayah Pabelan.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Namun usaha untuk memuaskan konsumen sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Menurut Kotler (2005) dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, harga, pelayanan dan promosi akan meningkatkan

kepuasan konsumen. Namun yang menjadi tolak ukur kepuasan konsumen lebih pada harga, kualitas pelayanan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya (Engel, 1994). Konsumen yang merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi konsumen dalam waktu yang lama. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2001) Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli.

Harga merupakan nilai tukar suatu barang dan jasa yang dinyatakan dengan uang atau harga keseimbangan yang disepakati oleh penjual dan pembeli (Nurhadi,2015). Menurut Tjiptono (2008) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Harga adalah indikator konsumen dalam memilih jasa yang akan mereka gunakan, karena harga yang ditawarkan ke konsumen haruslah sesuai dan memadai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. (Basu Swasta, 2008). Harga menurut Kotler dan Amstrong (2008) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.

Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Sehingga definisi kualitas

pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2005). Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI ES BUAH MBLENGER DI WILAYAH PABELAN SUKOHARJO”

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan diatas, permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kedai Es Buah Mblenger di Pabelan?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kedai Es Buah Mblenger di Pabelan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Es Buah Mblenger di Pabelan
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Es Buah Mblenger di Pabelan

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

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi dan mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran untuk saat ini maupun dimasa yang akan datang khususnya Kedai Es Buah Mblenger di Pabelan agar dapat terus memuaskan konsumen.

##### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman penulis dalam praktek bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran, menambah pengalaman dalam menganalisis dan menyelesaikan permasalahan kasus dibidang pemasaran, memperluas pengetahuan mengenai variabel-variabel dibidang pemasaran, serta dapat berguna bagi Kedai Es Buah Mblenger di Pabelan dalam penerapan harga dan kualitas pelayanan.

#### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

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

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab kedua ini berisi tentang tinjauan teori, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga berisi tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data.

### BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab keempat ini berisi tentang metode analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

### BAB V : PENUTUP

Pada bab kelima atau terakhir berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN