

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang ketat di dunia bisnis memaksa setiap rumah makan untuk bekerja lebih keras untuk dapat mengembangkan usaha bisnisnya. Berdasarkan hal tersebut guna memenangkan persaingan maka setiap rumah makan atau restoran harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang semakin hari semakin berubah.

Perubahan dalam pola konsumsi masyarakat yang beraneka ragam memunculkan konsep menyuguhkan hidangan makanan yang praktis, salah satunya adalah jenis fast food (makanan cepat saji). Salah satunya yang bergerak di bidang pengelola makanan siap saji adalah Rumah Makan Ayam Bakar Protokol dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, banyak usaha yang dapat dilakukan pengelolanya. Namun salah satu yang dirasakan paling penting adalah memahami karakteristik konsumen secara umum.

Salah satu cara yang harus dilakukan oleh setiap rumah makan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Dengan memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan tersebut akan merasa terpuaskan. Jika suatu rumah makan dapat memberikan kepuasan yang baik kepada pelanggannya maka akan dengan mudah mengambil hati pelanggannya. Bila pelanggan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan dampaknya para pelanggan akan meninggalkan rumah makan tersebut dan akan berpaling menjadi pelanggan perusahaan lain atau pesaing. Faktor-faktor lain yang perlu diperhatikan yaitu kualitas produk yang terjamin, kualitas pelayanan yang memuaskan dan harga yang ekonomis yang dapat dibeli oleh berbagai kalangan. Produk yang baik adalah produk yang mempunyai nilai bagi konsumen. Produk yang baik harus ditunjang dengan kualitas pelayanan dalam menjual dan melayani pembeli produk tersebut ke konsumen.

Rumah makan perlu memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang diberikan kepada konsumen dengan senantiasa melakukan

pengembangan-pengembangan agar konsumen merasa puas. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Menurut Kotler dan Amstrong (2015:283) kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Definisi dari kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Selain ditinjau dari kualitas suatu produk, dibutuhkan juga kualitas pelayanan. Dimana ada istilah pembeli adalah raja, yang dalam hal ini berarti pembeli atau konsumen harus dilayani sama seperti raja. Pengertian pelayanan menurut Kotler dan Amstrong (2015:428) yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Selain itu, menurut Lovelock dan Wirtz (2011:36) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi konsumen pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut. Dengan kata lain, pelayanan sebagai tindakan yang menciptakan manfaat dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan konsumen sehingga pelayanan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen.

Faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk. Harga menurut Kotler dan Amstrong (2015:314) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan, banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipenjualan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen

dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau berlangganan. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlakukan pembelian secara berulang-ulang. Pembelian yang berulang-ulang pada satu produk pada perusahaan yang sama dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut mempunyai loyalitas terhadap perusahaan tersebut. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus dapat menjual barang/jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas dengan demikian para konsumen akan terasa terpuaskan terhadap perusahaan yang telah memberikan mereka sesuatu yang terbaik.

Kepuasan konsumen adalah fungsi seberapa dekat harapan konsumen atas suatu produk atau jasa dengan mutu yang dirasakan. Konsumen akan merasa tidak puas jika suatu produk atau jasa tidak sesuai harapan, dan konsumen akan merasa sangat puas jika suatu produk atau jasa melebihi harapannya. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah rumah makan harus mempunyai strategi dalam memasarkan produknya, sehingga konsumen dapat dipertahankan keadaannya atau lebih ditinggikan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang. Pembelian yang berulang pada satu merek/ produk yang sama dapat dikatakan konsumen tersebut mempunyai loyalitas terhadap rumah makan tersebut. Adanya keluhan dari konsumen ayam bakar protokol tentang pelayanan yang diberikan ini mengakibatkan pengunjung yang kadang sepi dan konsumen tidak ingin kembali lagi untuk membeli produk yang ditawarkan oleh manajemen (Adi, 2021).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Bakar Protokol”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Bakar Protokol?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Bakar Protokol?
3. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Bakar Protokol?
4. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Bakar Protokol?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Bakar Protokol.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Bakar Protokol.
3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Bakar Protokol.
4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Bakar Protokol.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Bagi Penulis. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Strata 1 (S1) Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan untuk menambah wawasan tentang bagaimana konsumen menilai kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan konsumen yang diberikan oleh Ayam Bakar Protokol.
2. Bagi rumah makan Ayam Bakar Protokol. Sebagai bahan masukan bagi Ayam Bakar Protokol untuk meningkatkan kualitas pelayanan konsumen sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif.