

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Menyikapi perkembangan perekonomian dan situasi kompetisi bisnis yang semakin keras, perlu kejelian tersendiri dalam memilih dan menjalankan suatu bidang usaha untuk meminimalkan resiko kerugian dalam berbisnis. Bisnis yang dipilih investor, pada umumnya merupakan bidang yang telah dikuasai atau bidang yang disenangi. Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau sebagai atribut seperti kualitas pelayanan, harga, dan lokasi dalam proses memberikan suatu kepuasan bagi pelanggan yang berkunjung dan membeli di Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati.

Perubahan ekonomi dan situasi pasar saat ini makin terlihat nyata hampir di setiap sektor industri. Salah satu cara agar dapat merebut pangsa pasar tersebut adalah dengan memberikan rasa nyaman dan kepuasan kepada pelanggan. Kondisi ekonomi dan sosial tersebut telah merubah pula sikap dan perilaku konsumen. Pemilihan akan produk telah menjadi posisi tertinggi dalam pemasaran, mereka tidak lagi hanya mengharapkan kualitas yang tinggi dari produk itu sendiri, tetapi juga manfaat yang mereka peroleh dari produk tersebut.

Pemasaran dalam suatu perusahaan atau bisnis merupakan bagian yang sangat vital, hal ini dilandasi oleh adanya fungsi-fungsi pemasaran yang dapat membantu perusahaan untuk mentransferkan produksi dari tangan produsen ke konsumen sehingga memudahkan produsen untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Tujuan dari setiap perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa adalah menyampaikan hasil produksinya pada waktu yang tepat. Hal ini bukanlah hal yang mudah mengingat semakin banyaknya pesaing yang memproduksi beraneka ragam produk yang dibutuhkan dan

diinginkan konsumen. Pemasaran adalah “suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa bernilai dengan pihak lain”.<sup>1</sup>

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “Salah satu dari definisi singkat pemasaran adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”. Menurut American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Pandji Anoraga mendefinisikan: “Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi, dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional. Sedangkan Philip Kotler mendefinisikan sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lain”.<sup>2</sup>

Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Menurut Kotler dan

---

<sup>1</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Edisi Keduabelas Cetakan Ketiga*, (Jakarta: Indeks, 2008), 5.

<sup>2</sup>Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 215.

Keller kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.<sup>3</sup>

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahannya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus.

Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok.

Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak

---

<sup>3</sup>Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta: Indeks, 2012), 177.

puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih rumah makan yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.<sup>4</sup>Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. Mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Maka mood dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan dengan harapan sebelumnya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

---

<sup>4</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2001), 54.

Waroeng Spesial Sambal yang berdiri sejak Agustus 2002, salah satu cabang rumah makan yang terletak di Jalan Wahid Hasyim Nomor 22 Pati, Jawa Tengah. Rumah makan ini menjual berbagai jenis makanan. Harga yang ditawarkan oleh rumah makan juga terjangkau oleh konsumen dan variatif. Menu makanan dan minuman juga beragam, khususnya masakan sambal yang menjadi andalan mereka. Selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik rumah makan ini. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang berada disekitar Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga, maupun lokasi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga serta lokasi yang ada dirumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik, harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau pula.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Pesaing Rumah Makan yang berada di sekitar Waroeng Spesial Sambal Pati**

No.	Nama pesaing	Alamat
1	Rumah Makan SALZA	Jl. Tombronegoro No.1, Kaborongan, Pati Lor, Kec. Pati, Kabupaten Pati, Jawa Tengah 59115, kawasan simpang lima Pati
2	Rumah Makan SUKA- SUKA	Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo No.1, Kaborongan, Pati Lor, Kec. Pati, Kabupaten Pati, Jawa Tengah 59111, kawasan belakang kantor kabupaten

3	Rumah Makan SULTAN	Kaborongan, Pati Lor, Kec. Pati, Kabupaten Pati, Jawa Tengah 59111, Kawasan belakang kantor kabupaten
---	--------------------	---

Sumber: observasi awal peneliti

Berdasarkan tabel di atas terlihat adanya persaingan bisnis rumah makan di sekitar Waroeng Spesial Sambal. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar rumah makan Waroeng Spesial Sambal terus meningkat, pihak pengelola rumah makan Waroeng Spesial Sambal harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus mulai berfikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari.

Pemilik mengatakan saat ini kondisi Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal mengalami penurunan pengunjung yaitu pada Bulan April - Juli 2017 terakhir disebabkan adanya rumah makan yang berada di sekitar lokasi. Adapun data kunjungan di Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.2**  
**Data Pengunjung Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati pada bulan Maret - Juli 2017**

<b>Bulan</b>	<b>Pengunjung</b>
Agustus	4.127
September	4.182
Oktober	4.015
November	3.755
Desember	3.373
<b>Jumlah</b>	<b>19.452</b>

Sumber: Waroeng Spesial Sambal, 2018

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung periode bulan April - Juli 2017 mengalami penurunan. Hal ini harus di perhatikan oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan pelanggan seperti misalnya keramahan pelayanan atau kebersihan rumah makan. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan konsumen. Hal ini juga didasari oleh rumah makan Waroeng Spesial Sambal yang memberikan jasa makanan yang dituntut secara terus menerus untuk kian meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan, rumusan masalah yang dirancang untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati?
2. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati?
3. Apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah:

1. Untuk Menguji secara Empiris Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati.
2. Untuk Menguji secara Empiris Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan

- Waroeng Spesial Sambal Pati.
3. Untuk Menguji secara Empiris Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati.

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

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Manfaat teoritis

Manfaat peneliti ini secara teoritis adalah untuk menambah wawasan teori tentang variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, sebagai acuan dan pedoman bagi penelitian dimasa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

Manfaat peneliti ini secara praktis adalah:

- a. Bagi peneliti, diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu diterapkan di dunia kerja.
- b. Bagi pembaca, untuk menambah informasi dan sumbangan pemikiran serta kajian dalam penelitian.
- c. Bagi pemilik usaha, sebagai bahan masukan pada Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal Pati dan memberikan perhatian dalam hal kualitas pelayanan, harga dan lokasi sehingga akan berdampak pada kepuasan yang optimal.

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

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman, dan penelaahan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulisan skripsi ini di susun dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian yang berada sebelum tubuh karangan yang meliputi halaman judul,halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi,daftar tabel, daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu:

- Bab I : Pendahuluan  
Meliputi latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.
- Bab II : Landasan Teori  
Dalam bab ini berisi tinjauan pustaka yang menunjang dilakukannya penelitian ini. Yang meliputi Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.
- Bab III : Metode Penelitian  
Meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, Tata Variabel Penelitian, definisi Operasional, Teknik Pengumpulan Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Data.
- Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan
- Bab V : Penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka yakni buku-buku yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.