

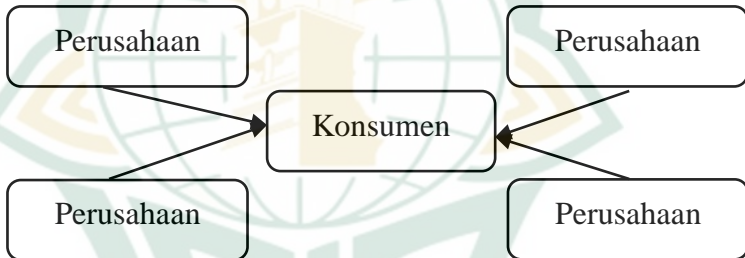
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis usaha sekarang ini sedang pada masa kemajuan yang pesat. Hal tersebut dapat kita lihat di sekitar jalanan kota. Banyak berdiri perusahaan-perusahaan yang saling menawarkan berbagai macam produk sesuai keinginan konsumen. Selain itu, banyak juga perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk yang sama dan serupa. Berikut peta konsep sederhana terkait persaingan-persaingan perusahaan.

Gambar 1.1
Pola Persaingan Perusahaan



Kondisi diatas merupakan suatu gambaran sederhana tentang persaingan perusahaan memerubatkan konsumen. Agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain agar mendapatkan konsumen, maka perusahaan harus mampu memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen seperti memberikan kualitas pelayanan yang baik, penetapan harga yang dapat terjangkau oleh konsumen san memetapkan lokasi beroperasi yang bagus dan strategis. Hal-hal tersebutlah yang akan dapat memenangkan persaingan dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan produk. Setiap konsumen melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan didapatkan dari produk atau jasa tersebut ketika digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang sangat diharapkan setiap konsumen. Jika konsumen sudah merasa puas terhadap produk tersebut, maka perusahaan akan

dapat dengan mudah membangun kesetiaan konsumen terhadap produk tersebut.¹

Bagi setiap perusahaan, yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Menciptakan kesan yang bagus kepada konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik tentunya dapat membuat konsumen merasa puas.²

Kualitas pelayanan merupakan suatu wujud perbandingan dari konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan dari perusahaan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen dari perusahaan tersebut. Pelayanan perusahaan dapat diartikan berkualitas jika pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka konsumen akan merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Sedangkan, apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kurang baik dan tidak memenuhi harapan dari konsumen maka konsumen kurang merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Akibat yang akan diterima oleh perusahaan tersebut adalah konsumen akan berpikir ulang untuk membeli produk dari perusahaan tersebut bahkan akan ada konsumen yang tidak akan melakukan pembelian produk dari perusahaan tersebut kembali.³

Selain kualitas pelayanan, upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan upaya penetapan harga produk perusahaan yang baik. Upaya penetapan harga yang baik, sesuai dengan produk dan harga tersebut terjangkau oleh konsumen serta dapat memberikan dampak yang bagus bagi minat konsumen untuk melakukan pembelian produk perusahaan tersebut. Apabila harga suatu produk perusahaan

¹ Etta Mamang Sangaji dkk, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 180-181.

² Lupyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 65

³ Lupyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 49

tidak sesuai dengan kualitas produk yang diterima dan diharapkan oleh konsumen tersebut maka konsumen dapat dipastikan tidak puas dengan pembelian produk perusahaan tersebut. Hal tersebut dikarenakan harga merupakan faktor penting bagi pembelian konsumen terhadap produk perusahaan.⁴

Kebanyakan konsumen yang hendak membeli suatu produk dari perusahaan lebih mempertimbangkan harganya terlebih dahulu. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan seharusnya memperlihatkan daftar harga dari produk-produknya agar dapat dilihat oleh calon konsumennya.⁵

Selain memperhatikan kualitas pelayanan dan pemberian nilai harga suatu produk, perusahaan juga harus pintar dalam memilih dan menentukan suatu lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut mengoperasikan seluruh kegiatannya, lokasi yang strategis, bagus dan nyaman akan sangat menguntungkan perusahaan. Memilih dan menentukan lokasi yang letaknya di pusat keramaian dan mudah dijangkau oleh calon-calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang baik bagi perusahaan.⁶

Untuk dapat membuktikan teori-teori di atas, penulis melakukan penelitian tentang berkembangnya suatu perusahaan melalui faktor-faktor kepuasan konsumen, yaitu dengan menggunakan faktor kualitas pelayanan, penetapan harga dan penentuan lokasi suatu perusahaan. Penelitian ini melakukan kerjasama dengan salah satu perusahaan makanan cepat saji di Kudus, yaitu Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus yang menyediakan produk *fried chicken*, ayam geprek, *steak* dan produk-produk serupa lainnya. Komunikasi yang dilakukan kepada konsumen sangat baik, ramah dan sopan serta didukung dengan fasilitas Wi-fi gratis bagi konsumennya. Harga yang ditetapkan cukup terjangkau bagi para konsumennya dan penetapan lokasi yang strategis membuat konsumen nyaman dengan Rocket Chicken 3 Kabupaten

⁴ Siti Maro'ah, *Buku Ajar Marketing Syari'ah* (Pasuruan: Qiara Media, 2019), 137.

⁵ Jeffrey A. Krames, *Rahasia CEO Terhebat* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 187.

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. (Yogyakarta: Andi, 2008), 54.

Kudus. Hal-hal tersebutlah yang dapat mendukung penelitian ini.⁷

Menurut pihak manajemen Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus, ada banyak konsumen yang sudah melakukan pembelian ulang produk-produk dari Rocket Chicken. Sehingga selama Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus beroperasi, penjualannya selalu meningkat. Adapun data penjualan di Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus selama 3 (tiga) bulan terakhir sebagai berikut:⁸

Tabel 1.1
Data Penjualan Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus

Bulan	Pendapatan
November	Rp 100.000.000
Desember	Rp 120.000.000
Januari	Rp 150.000.000

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus.”**

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat oleh peneliti adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken di Kabupaten Kudus?

⁷ Avinda Yuliana Sari, Selaku Manager Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus, Wawancara penulis, pada Tanggal 25 Februari 2020, transkrip.

⁸ Avinda Yuliana Sari, Selaku Manager Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus, Wawancara penulis, pada Tanggal 25 Februari 2020, transkrip.

4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken di Kabupaten Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken 3 di Kabupaten Kudus.
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken 3 di Kabupaten Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran dalam kaitannya menciptakan kepuasan konsumen bagi perusahaan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Rocket Chicken Kabupaten Kudus
Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan yang dipasarkan kepada masyarakat agar kedepannya dapat lebih ditingkatkan sebaik-baiknya.
 - b. Bagi Masyarakat
Sebagai sarana bagi masyarakat untuk memberikan pendapatnya tentang kualitas produk dan pelayanan yang ada di Rocket Chicken 3 Kabupaten Kudus.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan memahami keseluruhan isi dari skripsi ini, penulis akan mendiskripsikan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, dan abstrak.

2. Bagian Isi

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini berisi tentang deskripsi teori yang berhubungan dengan judul skripsi (kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumen), penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang gambaran metode penelitian, yaitu jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, analisis pengujian data, hasil pengolahan data, pembahasan dan jawaban dari masalah yang telah dirumuskan.

BAB V : Penutup
Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran.

