

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan pelanggan itu sendiri. Seiring makin banyaknya aktivitas diluar rumah yang sangat bervariasi yang dilakukan oleh manusia, maka keinginan akan kebutuhan orang yang bersifat cepat, praktis dan nyaman semakin tinggi. Menurut Sumarwan, jumlah penduduk yang sangat besar membawa dampak penting bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu dampak penting adalah pemenuhan kebutuhan pangan yang sangat banyak untuk memenuhi konsumsi penduduk. Hal ini membawa dampak positif bagi para pengusaha untuk melihat peluang bisnis dan mempengaruhi pelanggan Indonesia.

Seseorang selalu berusaha memenuhi kebutuhan yang dirasakannya, dan usaha atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan ini disebut motivasi. Motivasi adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak. Dorongan yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan itulah yang disebut motivasi.¹

Konsep Islam mengatakan bahwa dalam menjalankan suatu usaha jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Sebagaimana dalam QS Al-Baqarah/2:267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا مِنْ طَبَّاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
 قَلِيًّا وَلَا يَتَمَمُّوا الْحَبِيبَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ نَضُّو لَسْتُمْ بِأَخَذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ قَلِيًّا
 وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ (البقرة : ٢ : ٢٦٧)

¹Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 25.

Artinya ;

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Sesungguhnya Islam dalam ajarannya di bidang konsumsi tidak mempersulit jalan hidup seorang konsumen. dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Inilah yang tidak bisa kita dapati dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi dzikir dirinya atas nama Allah. dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat.²

Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang sesuai. Karena kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga adalah sesuatu yang sangat penting yang menjadi parameter kepuasan bagi konsumen. Dengan hal ini perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk mereka untuk menghadapi persaingan yang ketat, khususnya untuk perusahaan yang memproduksi makanan

²Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), 4.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Pada dasarnya, semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas.

Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Sekalipun produk tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan maka produk tersebut sebaiknya perlu menjadi catatan untuk menghindari terjadinya kesalahan yang lebih besar di waktu yang akan datang. Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal kualitas juga memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari klaim atau ketidakpuasan pelanggan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi hal yang penting dalam berjalannya perusahaan. Perusahaan dengan kualitas pelayanan yang baik tentunya akan disegani oleh banyak orang dan hal itu akan meningkatkan mutu sebuah perusahaan. Seperti halnya usaha makanan, apabila suatu rumah makan, cafe, ataupun resto memberikan pelayanan yang baik dan cepat tentunya akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Kualitas pelayanan juga dapat dinilai dari pelayanan yang ramah dan sopan pastinya akan memberikan nilai tambah tersendiri bagi perusahaan makanan. Apabila karyawan beretika ramah dan sopan terhadap pengunjung, tentunya pengunjung akan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan makanan tersebut. Pengunjung yang merasa segan, akan merasa puas dan loya dengan perusahaan makanan tersebut.

Kecamatan Winong terletak di Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah merupakan lokasi yang cukup ramai karena terdapat akses jalan raya dari kecamatan Winong menuju ke kecamatan Jakenan dan kecamatan Juwana. Tidak heran lagi jika sepanjang jalanan terdapat banyak warung, cafe dan resto salah satunya Aziz Jaya Resto yang menyajikan masakan khas negeri Jiran Malaysia.

Munculnya beragam warung, cafe dan resto di kecamatan Winong kabupaten Pati menunjukkan bahwa bisnis makanan dan minuman dapat diterima oleh masyarakat Winong sebagai kuliner yang tepat.para konsumen yang memilih resto sebagai tempat makan tidak hanya memperlihatkan kualitas dari makanan tersebut tetapi juga kualitas pelayanan yang sesuai. Oleh karena itu pengelola harus memberikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan juga harga yang tepat agar dapat bersaing dengan warung, cafe atau resto yang lainnya. Adapun kelebihan yang dimiliki oleh Aziza Jaya resto yaitu menyediakan beraneka macam makanan dan minuman yang jarang diproduksi oleh

resto-resto yang lainnya, karena makanan-makanan yang diproduksi oleh Aziza Jaya Resto merupakan makanan khas Malaysia.

Untuk dapat bertahan di tengah maraknya persaingan warung, cafe dan juga resto di Winong Kabupaten Pati, pihak pengelola harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga. Menurut Kotler dan Amstrong, menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dai barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Pada penelitian ini hanya menfokuskan pada Aziz Jaya Resto, karena masih jarang sekali kedai dan resto yang menyajikan makanan khas negeri Jiran Malaysia. Selain itu juga banyak konsumen yang datang setiap harinya. Hal ini menarik dari Aziz Jaya Resto yaitu menawarkan berbagai macam menu makanan yang tidak semua resto menyajikannya, selain itu juga dengan harga yang terjangkau. Aziz Jaya Resto memberikan pelayanan yang cukup baik, pada saat konsumen datang, konsumen akan duduk di tempat yang sudah disediakan dan memilih daftar menu makanan yang telah disiapkan di meja pengunjung, lalu pengunjung memesan makanan dan minuman kepada pelayan. Makanan dan minuman yang ditampilkan oleh pihak Aziz Jaya Resto dibuat semenarik mungkin sehingga menggugah selera makan pelanggan dan memesan makanan dan minuman yang dianggap menarik.

Adanya kepuasan konsumen di Aziz Jaya Resto dapat dibuktikan dengan konsumen yang loyal dengan produk, adanya komunikasi dari mulut ke mulut dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain. Konsumen yang loyal terhadap produk dibuktikan dengan konsumen yang setelah membeli produk makanan dan minuman di Aziz Jaya Resto kembali lagi di hari lain untuk menikmati kembali menu yang disajikan di Aziz Jaya Resto. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut dibuktikan dengan konsumen yang setelah datang dan menikmati makanan di Aziz Jaya Resto bercerita kepada keluarga, tetangga dan teman-temannya mengenai produk makanan dan minuman di Aziz Jaya Resto. Hal tersebut dapat menarik minat keluarga, tetangga dan teman-temannya untuk mencoba menu yang disajikan oleh Aziz Jaya Resto. Selain itu, perusahaan juga akan menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih dan menentukan merek yang akan mereka gunakan atau konsumsi.

Berkembangnya resto ini tentu tidak terlepas dari bentuk produk, pelayanan dan harga yang diberikan kepada konsumennya. Bentuk produk pelayanan dan harga ini akan mempengaruhi pada kepuasan konsumen yang akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan Aziz Jaya Resto.

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dipahami bahwa terdapat *gap research* diantaranya adalah *kualitas produk* merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. *Kualitas pelayanan* merupakan kemampuan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa dan produk yang bisa memenuhi kepuasan konsumen. *Harga* merupakan suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. *Kepuasan konsumen* merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan

harapannya. Dengan adanya kepuasan konsumen maka akan mempengaruhi *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga*.

Oleh karena itu, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengambil judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Aziz Jaya Resto (Studi Kasus di Aziz Jaya Resto Desa Bumiharjo Kecamatan Winong Kabupaten Pati Tahun 2019-2020)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Aziz Jaya Resto?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Aziz Jaya Resto?
3. Apakah harga yang ditetapkan Aziz Jaya Resto berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Aziz Jaya Resto?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Aziz Jaya Resto.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Aziz Jaya Resto.
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Aziz Jaya Resto.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi yang jelas baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut, diantaranya:

1. Secara Teoritis

Mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dalam bisnis, yaitu mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk konsumen dalam membeli produk pada Aziz Jaya Resto Desa Bumiharjo Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

b. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti yang tertarik untuk meneliti kajian yang sama pada waktu yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun.

1. Bagian Awal

Bagian awal ini meliputi halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Analisis Bagian Isi

Bagian ini terbagi menjadi beberapa bab, antar bab satu dengan bab lainnya saling berhubungan karena

merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari enam sub bab meliputi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sitematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tinjauan pustaka yang menunjang dilakukannya penelitian ini yaitu meliputi produk yang terdiri dari kualitas produk, pembuatan dan penyajian produk yang berkualitas

Penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, tata variabel, definisi operasional, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi pertama gambaran umum Aziz Jaya Resto Winong Kabupaten

Pati, kedua tentang hasil penelitian, yang ketiga mengenai pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini meliputi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan, dan lampiran-lampiran.

