

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia termasuk salah satu negara yang memiliki populasi penduduk terbanyak di dunia. serta masuk kedalam kategori 5 besar penduduk terbanyak di dunia. Banyaknya populasi penduduk di Indonesia berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) mencapai angka 273.87 juta jiwa pada akhir tahun 2021.¹ Sementara pada pertengahan tahun 2022, jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan menjadi 275.77 juta jiwa.² Dengan banyaknya populasi yang ada, maka bakal berdampak positif serta bisa meningkatkan laju prekonomian yang sangat berpengaruh terhadap kesejahteraan bangsa serta negara. Jumlah penduduk yang besar juga bakal mengakibatkan meningkatnya permintaan barang konsumsi serta produksi.

Keadaan industri pangan, bisa memberi dampak positif terhadap pengusaha, maka usaha bakal berkembang dengan sangat pesat salah satunya bisnis ekonomi kreatif dalam bidang kuliner. Tidak jarang kuliner menjadi branding yang mengangkat nama suatu wilayah serta bahkan kuliner sebagai sub sector meyumbang produk domestik bruto (PDB) terbesar dari ekonomi kreatif, rata-rata tiap tahun sekitar 43% dari total PDB. Makanan serta minuman tidak bisa lepas dari kebutuhan manusia karna termasuk kebutuhan pokok yang harus di penuhi setiap harinya. Sementara pada tahun 2019 bisnis ini mengalami pelambatan dikarenakan adanya pandemi covid-19. Namun pada tahun 2022 terjadi kenaikan dengan pesat yang bisa di gambarkan pada table berikut.

¹ Kementerian dalam Negeri, “Jumlah Penduduk Indonesia capai 273 juta jiwa”, 31 desember 2021

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/10/jumlah-penduduk-indonesia-capai-273-juta-jiwa-pada-akhir-2021>

² Badan pusat statistic, (BPS) Jumlah Penduduk Indonesia di Pertengahan Tahun(2015-2022), 25 Juli 2022

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/07/terus-meningkat-jumlah-penduduk-ri-tembus-275-77-juta-hingga-pertengahan-2022>

Gambar 1.1
Data Nilai pertumbuhan PDB Industri Makanan
Dan Minuman 2010-2021



Sumber: *Badan Pusat Statistik (BPS) 2022*

Sesuai dengan Badan pusat setatistik melaporkan produk domestic bruto (PDB) industry makanan serta minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) senilai Rp 1,12 kuadriliun pada tahun 2021.³ Dilihat dari table tersebut dari garis menurun di tahun 2020 menunjukkan PDB 1,58 tumbuh ke nilai 2,54 dengan mulai tumbuh kembalinya industri makanan serta minuman memberi peluang untuk membuka suatu usaha di bidang kuliner ini. Dengan adanya kesempatan pasar yang menguntungkan hal itu tentu menyebabkan terjadinya persaingan antar pengusaha dibidang kuliner yang sangat ketat.

Dampak persaingan yang terjadi, pengusaha dituntut berkerja keras untuk mempelajari serta memahami kebutuhan serta keinginan konsumen. Dengan bisa memahami kebutuhan, keinginan konsumen, maka bakal bisa melihat apakah konsumen merasa puas ataupun tidak dengan kinerja yang telah di berikan. kepuasan konsumen sendiri diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk serta pelayanan yang sesuai dengan kinerja produk serta pelayanan yang di inginkan

³ Badan pusat statistik, Nilai serta Pertumbuhan PDB industri Makanan serta Minuman (2010-2021), Desember 25 2021

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional-mulai-bangkit-dari-pandemi-covid-19>

(actual).⁴ Oleh karenanya, pengusaha dituntut bisa memberi kualitas yang terbaik serta bisa memberi kesan yang baik kepada konsumen. Hal itu bisa dicapai dengan memberi kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk serta jasa yang ditawarkan.

Dalam konsep Islam mengatakan jika menjalankan suatu usaha jangan memberi barang yang buruk ataupun tidak berkualitas, melainkan barang yang berkualitas kepada orang lain.

Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ۚ ٢٦٧

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik serta sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah jika Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.”

Sesuai dengan ayat di atas menjelaskan tentang petunjuk untuk manusia jika menjalankan pemberian harus dengan barang yang baik agar si penerima tidak merasa kecewa serta menjadi berkah. Dalam konteks ini sama halnya jika pelaku usaha tidak memberi barang yang bagus ataupun berkualitas bisa mengakibatkan perasaan tidak puas serta bakal berdampak pada bisnisnya, dalam islam orang beriman jika melakukan jual beli dianjurkan untuk mencari keberkahan bukan hanya semata-mata mencari keuntungan, hal itu sudah di contohkan oleh Rasulullah dengan mengerjakan yang baik serta meninggalkan yang buruk.

Contoh kasus di atas menjelaskan secara tidak sadar sudah menjalankan sifat *ilahiyyah* serta *insaniyyah* mementingkan

⁴Etta Mamang Sangadji serta Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Cv. Andi Offset 2013), 181

perasaan senang ataupun puas agar orang lain mendapatkan keuntungan serta maanfaat (keberkahan) dari Allah SWT. Faktor penting dalam menjalankan bisnis usaha yakni konsumen menjadi lebih puas atas kualitas produk serta pelayanan yang diberikan.

Menurut Tjiptono ada beberapa faktor yang bisa memberi pengaruh kepuasan konsumen yakni⁵ *pertama* kualitas produk menjadi tolak ukur oleh konsumen. Produk yang di tawarkan bisa memenuhi keinginan konsumen bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk bakal di tolak serta konsumen bakal beralih ke tempat lain. Kejadian tersebut tentu menuntut para pembisnis terutama dalam bidang makanan serta minuman yang selalu menjaga kualitas produknya dengan rasa serta bahan yang baik dengan memperhatikan kesehatan serta zat yang terkandung dalam produknya. Jadi tidak hanya menjual barang tanpa melihat kualitas kelayakannya.

Kedua kualitas pelayanan termasuk sebuah profit strategi dalam menarik perhatian para pelanggan baru, menghindari supaya pelanggan tidak pindah, menjaga supaya konsumen selalu ada serta mewujudkan keunggulan tersendiri. Rumah makan atau restoran yang memprioritaskan kualitas layanan yang optimal bakal memberikan dampak pada kepuasan konsumen. Kualitas layanan selaku upaya dalam menciptakan kenyamanan pada para pelanggan supaya pelanggan tersebut merasa memiliki nilai yang lebih dari apa yang diharapkannya. Harapan konsumen termasuk aspek yang penting, bagaimana kualitas layanan yang lebih baik untuk kepuasan pelanggan bakal memberi harapan lebih serta sebaliknya. Oleh karenanya kualitas layanan yang sudah diberikan secara langsung bisa memberikan kepuasan pada para pelanggan atau konsumen.

Ketiga harga termasuk sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan sejumlah manfaat dari mempunyai, memakai jasa ataupun produk yang nilainya ditentukan oleh penjual serta pembeli melalui tawar-menawar ataupun ditentukan oleh pihak

⁵ Joko Rizkie Widok serta Donni JP, *Konsumen Pemasaran Komunikasi Lontemporer*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2019), 171

penjual untuk satu harga yang serupa pada seluruh pembeli⁶ Harga termasuk satu dari beberapa faktor yang penting pada penjualan. Banyak pengusaha bangkrut karena mematok harga tidak sesuai. Harga yang ditentukan wajib relevan dengan perekonomian pelanggan supaya pelanggan bisa membeli barang itu. Sementara untuk para konsumen, harga termasuk bahan pertimbangan untuk mengambil sejumlah keputusan dalam melakukan pembelian. Sebab harga sebuah barang memberi pengaruh persepsi pelanggan tentang produk tersebut.

Dalam menentukan lokasi yang strategis, nyaman, serta aman bakal membuat konsumen berminat untuk mengunjungi tempat tersebut. Sehingga pelaku usaha bisa keuntungan yang lebih banyak. Lokasi yang strategis ialah lokasi yang mudah di jangkau serta padat bakal penduduk, dekat dengan keramaian, mudah di jangkau transportasi umum, serta memiliki tempat parkir yang luas. Oleh karenanya, suasana tempat yang nyaman bakal membuat susunan hati konsumen untuk merespon kepuasan ataupun ketidakpuasan konsumen.

Berbagai model layanan yang dilakukan untuk memberi pengaruh kepuasan konsumen agar pelanggan merasa puas terhadap sebuah tempat rumah makan sehingga dilain waktu bakal berkunjung lagi. Sebagai tolak ukur apakah konsumen bakal terus - menerus membeli produk usaha itu ataupun beralih ke produsen lainnya yang menurutnya memberi layanan yang terbaik dibanding dengan yang biasa dikunjunginya.

Sebagai mana yang di lakukan B'lian Resto memperhatikan pelayanan serta produk yang diberikan pada konsumen sebab pelayanan bakal memberi kepuasan tersendiri dalam menjalankan pembelian di tempat makan ini. Kepuasan pelanggan yang dimaksud pada kajian ini ialah perilaku konsumen yang didasarkan pada keyakinan dalam mengambil suatu keputusan untuk berlangganan pada blian Resto, serta menyakini jika keputusan yang diambil ialah hal yang tepat.

Dari hasil observasi yang sudah dijalankan peneliti, pelayanan, harga, produk, di B'lian Resto belum bisa

⁶ Jefry F.T. Bailia dkk. "Pengaruh kualitas produk, harga serta lokasi terhadap kepuasan konsumen". Jurnal EMBA, Vol.2 No.3 September 2014, hal. 1770

memenuhi kepuasan konsumen sepenuhnya. Hal itu dibuktikan dengan adanya komentar negatif yang dilakukan oleh warga net yang tidak lain ialah pelanggan yang pernah berkunjung serta menikmati layanan di B'lian Resto, yang merasa kurang puas atas pelayanan yang sudah diberikan, hal itu bisa mengakibatkan penurunan pelanggan serta beralih ke tempat makan yang lain di sekitar B'lian Resto.

Tabel 1.1
Daftar pesaing Rumah Makan yang berada di daerah sekitar B'lian Resto Undaan Kudus

No	Nama Pesaing	Alamat
1	RM Kampong sawah segeran	Jl.Kudus-Perwodadi no.km.7 undaan lor, Kudus
2	Raja Iwak	Gg.13 Undaan Tengah, Kudus
3	Warung Gubug Dheso	Jl.Kudus-Perwodadi no.454 Ngemplak, Kudus
4	Omah semar	Gg.1 Undaan tengah, Kudus

Sumber: observasi peneliti, 2022

Sesuai dengan fenomena serta tabel tersebut diketahui adanya persaingan serta permasalahan di B'lian Resto. Guna mempertahankan supaya penghasilan B'lian resto terus meningkat, pihak pengelola harus bisa memberi kepuasan terhadap pelanggan serta membuat inovasi yang tepat dalam menjalankan bisnis di bidang kuliner ini. Dari hasil penelitian terdahulu dapat sebagaimana berikut:

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu Dengan Judul Kepuasan Konsumen

Nama	Judul	Hasil penelitian
Nyarmiati serta Sri Rahayu Tri Astuti. ⁷	“Analisa pengaruh kualitas layanan, kualitas Produk, <i>brand image</i> serta <i>perceived value</i> terhadap minat beli pelanggan sebagai	Kualitas pelayanan senilai 0,037 kualitas produk senilai 0,000. Pengaruh <i>brand image</i> senilai

⁷ Nyarmiati, Sri Rahayu Tri Astuti,” Analisa pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, brand image serta perceived value terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening, *Diponegoro journal of management* 10, No 2, (2021): 8

	variabel intervening”	0,023. Pengaruh <i>perceived value</i> terhadap kepuasan pelanggan senilai 0,005 dengan skala likert < 0,05 artinya ada hubungan yang signifikan.
Felisa Windy Mamonto, willem J.F.A Tumbuan, Mirah H. Rogi. ⁸	“Analisa factor-faktor bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan podomoro poigar di era new normal”	Menghasilkan Uji T produk 0,850 tempat 0,018 harga 0,701 serta promosi 0,030. Dengan di ukur skala likert < 0,05 artinya ada hubungan yang signifikan.
Fajar Wahyu Prianto ⁹	“Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, serta harga terhadap loyalitas konsumen pada café kidy di kecamatan panji kabupaten sitobondo”	Menghasilkan pengaruh yang signifikan dengan hasil Uji T pelayanan 0,000 keberagaman produk 0,002 harga 0,007 Dengan di ukur skala likert < 0,05 artinya ada hubungan yang signifikan.

⁸ Felisa Windy Mamonto,dkk., Analisa factor-faktor bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan podomoro poigar di era normal baru, *Jurnal EMBA* 9 No.2 (2021):119 - 120

⁹ Fajar Wahyu Prianto, “Pengaruh Kualitas pelayanan, keragaman produk, serta harga, terhadap loyalitas konsumen pada Café Kidy di Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo” *Jurnal Ekonomi serta Bisnis GROWTH* 18 No. 2 (2020): 111

M.Nur Hakim Akmad Suharto Rahayu ¹⁰	“Analisa kaulitas produk, harga, lokasi, promosi serta kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada rumaah makan tulang lunak cak san jember)”	Menghasilkan Uji T produk 0,000 harga 0,003 lokasi 0,000 serta promosi 0,000 dan kualitas pelayanan 0,000 Dengan di ukur skala likert < 0,05 artinya ada hubungan yang signifikan.
--	--	--

Sesuai dengan dengan hasil kajian tersebut terdapat perbedaan kajian Nyarmiati serta Sri Rahayu Tri Astuti, M. Nur Hakim menggunakan tehnik purposive *sampling*, kajian yang di lakukan Fajar Wahyu Prianto dengan menggunakan jumlah semua pupolasi, sementara penelitian ini menggunakan tehnik *Accidental Sampling* sama seperti kajian Felisa Windy Mamonto.

Dengan adanya latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menjalankan kajian karna adanya fenomena ketidakpuasan konsumen dalam hal harga, produk, serta pelayanan namun pada kajian ini penulis menambahkan lokasi dalam variabelnya. Karna pada lokasi B'lian Resto dapat dikatakan strategis serta persaingan rumah makan di sekitar B'lian Resto Kecamatan Undaan yang di bilang cukup ramai dari tahun-tahun sebelumnya karna adanya competitor baru yang bergerak di bisnis kuliner kecil/ menengah yang cukup ramai. B'lian Resto ini cukup di minati karna meyediakan menu shefood serta berlokasi di ujung selatan Kabupaten Kudus yang terletak di jalan antar kota. Jalan Kudus menuju Purwodadi, lokasi B'lian resto sendiri terletak di tepi jalan serta bersebrangan dengan tempat umum yang menjadikan tempatnya mudah terlihat masyarakat luas serta tempat yang berkonsep dari bambu membuat keunikan untuk mengunjunginya. Memberi

¹⁰ M. Nur Hakim dkk., “Analisa kaulitassproduk, harga, lokasi, promosi serta kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada ruah makan tulang lunak cak san jember)” Jurnal Bisnis Net Volume : IV No. 2 (2021):102-104

nuansa alam karna tempat makan di atas kolam dengan bangunan yang terbuat dari bambu, dengan menyajikan berbagai menu makanan serta minuman ala resto dengan selogan podo roso rego ndeso.

Oleh karenanya, maka penulis tertarik untuk menganalisa serta mengambil judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA B’LIAN RESTO UNDAAN”**

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang sudah di paparkan di atas, maka beberapa masalah yang dirumuskan pada kajian ini seperti berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di B’lian Resto?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di B’lian Resto?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di B’lian Resto?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di B’lian resto?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang sudah dirumuskan di atas, maka tujuan kajian ini ialah seperti berikut:

1. Guna memahami serta menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di B’lian Resto.
2. Guna memahami serta menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di B’lian Resto.
3. Guna memahami serta menganalisa seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di B’lian Resto.
4. Guna memahami serta menganalisa seberapa besar pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di B’lian Resto.

D. Manfaat Penelitian

Setiap kajian diharapkan bisa memberi manfaat untuk seluruh pihak yang membaca penelitian ini ataupun yang berkaitan secara langsung dengan penelitian ini. Berikut ini adalah manfaat dari kajian ini:

1. Manfaat Praktis

Kajian ini diharapkan bisa memberi informasi yang bermanfaat bagi pemilik B'lian Resto sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas serta efisiensi dalam menghadapi berbagai persaingan yang ada, oleh karenanya bisa dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan strategi yang ada di masa depan. Bisa dipahami jika guna melakukan peningkatan pemahaman kajian dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan sesuai dengan realita yang ada di lapangan.

2. Secara Teoritis

- a. Kajian ini diharapkan bisa menginformasikan serta referensi untuk berbagai pihak yang mempunyai kepentingan pada masalah kepuasan pelanggan
- b. Sebagai tambahan ataupun bahan masukan untuk teman-teman mahasiswa pada umumnya

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan kajian ataupun skripsi ini dimaksudkan guna mendapatkan gambaran umum secara menyeluruh serta terpadu dari setiap bagian yang bisa di gambarkan sebagaimana berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini terdiri dari halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar table serta daftar gambar.

2. Analisis Bagian Isi

Di dalam bagian ini terdapat beberapa, dari bab 1 sampai dengan bab 5 dimana setiap bab tersebut saling berkaitan sebab termasuk satuan yang sifatnya utuh, yang bisa digambarkan seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sitematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Di dalam bab ini bakal menjelaskan landasan teori yang memberikan dukungan terhadap rumusan permasalahan penelitian, penelitian terdahulu kerangka berpikir serta pengajuan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis serta pendekatan Penelitian, *setting* Penelitian, populasi serta sampel, desain serta definisi oprasional variabel, uji validitas serta realibilitas instrument, uji asumsi klasik, tehnik pengumpulan data tehnik analisa data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini terdapat hasil kajian yang berikutnya dilakukan pembahasan guna menyampaikan jawaban terhadap berbagai persoalan dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran serta penutup

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini meliputi daftar pustaka, daftar riwayat hidup, serta lampiran-lampiran.