

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan adalah salah satu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan serta dapat memuaskan kebutuhan masyarakat. Untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat sangat dibutuhkan manajemen yang handal yang mampu mengantisipasi setiap persaingan dan dapat menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Adanya peningkatan tarif hidup masyarakat yang tercermin dalam kesejahteraan yang meningkat. Hal ini menyebabkan anggota masyarakat atau konsumen ingin dilayani sesuai dengan apa yang dapat memenuhi keinginannya dan bukan pemenuhan kebutuhannya saja, tapi sudah meningkat menjadi memikirkan keinginan, jadi konsumen mulai mencari produk berupa barang atau jasa yang dapat memenuhi keinginannya.

Bisnis makanan merupakan bisnis yang menguntungkan karena merupakan kebutuhan pokok dari setiap manusia yang berdampak akan tingginya permintaan akan makanan. Pada saat ini bisnis makanan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Bisnis makanan berdiri sebagai jawaban atas tuntutan masyarakat akan kepraktisan. Konsumen saat ini begitu dimanjakan dengan begitu banyak pilihan produk untuk memutuskan yang mana akan dibeli. Sementara saat ini perusahaan dihadapkan pada masalah yang sulit yaitu masalah persaingan. Pilihan perusahaan untuk tetap eksis, yaitu hanya dengan meningkatkan kualitas produk atau pelayanan. (Darwis,2017). Hal ini justru termasuk bagi usaha kuliner, maraknya usaha kuliner yang ada di Maluku Utara khususnya Ternate membuat persaingan semakin ketat. Untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang ada, setiap usaha kuliner harus menjaga kepuasan konsusmen.

Schiffman dan Kanuk (2004) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkan. Kepuasan konsumen bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai

relatif terhadap harapan pembeli (Sunarto, 2004). Selain itu, Bitner dan Zeithaml (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk (Setiawan, 2012).

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Menurut Laksana (2008) mengungkapkan bahwa harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar dari produk dan jasa. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009), harga adalah nilai uang untuk menghasilkan pendapatan dan biaya. Selain itu, menurut Daryanto (2013) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Hal ini berarti bahwa harga merupakan sejumlah uang yang akan dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapat barang atau jasa yang diinginkan. Konsumen akan sangat sensitif mengenai harga karena konsumen akan membandingkan harga dengan apa yang didapat disinilah letak harga terhadap kepuasan konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Pelayanan menurut Kotler (2003) 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 (2002) kualitas pelayanan 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. Sehingga dari pendapat tersebut bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah tindakan yang ditawarkan terhadap pihak tertentu yang menginginkan manfaat untuk mendapat kepuasan tertentu sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.

Faktor Ketiga yaitu kualitas produk. Fitur dari suatu produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Demikian juga menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk merupakan kemampuan suatu

produk dalam memenuhi fungsinya. Dapat disimpulkan bahwa produk yang semakin memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen akan semakin berkualitas.

Kota Ternate merupakan kota dengan beragam usaha kuliner. Salah satu kuliner yang khas dari Makassar yang berada di kota ternate yaitu Rumah Makan Sop Saudara dan Konro. Rumah Makan Sop Saudara Dan Konro adalah rumah makan yang menyajikan Makanan khas Makassar berupa Sop Saudara dan Konro yang bahan bakunya dari daging sapi. Rumah makan ini terletak di Jl. Pahlawan Revolusi Ruko no 07 di depan Taman Nukila, di Maluku Utara ada beberapa Rumah Makan yang juga menyajikan Sop Saudara dan Konro. Rumah makan ini terus membangun inovasi-inovasi yang baru dan selalu menambah daya tarik Rumah Makan mereka seperti menambahkan wi-fi di Rumah Makan mereka, Rumah Makan Sop Saudara dan Konro lebih mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayan, kualitas produk dan mempertahankan harga tetap stabil.

Jumlah konsumen yang datang membeli di Rumah Makan Sop Saudara dan Konro pada 5 tahun terakhir :

Tabel 1.1
Perkembangan Pelanggan Rumah Makan Sop Saudara dan Konro

Tahun	Jumlah Pelanggan
2014	10.000 (orang)
2015	11.800 (orang)
2016	14.400 (orang)
2017	18.000 (orang)
2018	19.800 (orang)

Sumber: Rumah Makan Sop Saudara dan Konro, 2018

Tabel 1.1 menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelanggan Rumah Makan Sop Saudara dan Konro berkaitan dengan jumlah pelanggan. Pada tahun 2014 jumlah konsumen 10.000, 2015 jumlah konsumen 11.800, 2016 sebanyak 14.400 pelanggan, pada tahun 2017 jumlah pelanggan meningkat sebanyak 18.000 pelanggan, peningkatan terjadi karena perpindahan tempat kedepan Taman Nukila karena tempat yang sangat strategis yang berada di pusat Kota yang menjadi titik pusat Zona Ekonomi Terpadu di Kota Ternate, Pada tahun

2018 jumlah pelanggan meningkat berjumlah 19.800 pelanggan, karena Rumah Makan Sop Saudara dan Konro memperbesar papan iklan yang terpajang di depan warung Rumah Makan Sop saudara dan Konro. Dengan demikian melihat semakin meningkatnya pelanggan Sop Saudara dan Konro pentingnya untuk menjaga harga tetap stabil, meningkatkan kualitas layanan dan menjaga kualitas produk agar supaya pelanggan yang datang merasa puas lalu akan berfikir untuk kembali lagi.

Tabel 1.1. Daftar Menu

Berikut Daftar Harga Rumah Makan Sop Saudara dan Konro ;

No	Menu	Harga
1.	Sop Saudara	29.000.00
2.	Sop Konro	29.000.00
3.	Nasi	6.000.00
4.	Rempeyek	5.000.00
5	Kacang	5.000.00
6.	Es Jeruk	12.000.00
7.	Es Teh	5.000.00
8.	Es Nutri Sari	5.000.00
9.	Teh Botol	6.000.00
10.	Aqua	5.000.00

1.2. Rumusan Masalah

Wijaya (2017) mengatakan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, apabila harga semakin terjangkau dan sesuai harapan konsumen, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan. Hermawan *et all*, (2017) mengatakan

bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Djumarno *et.all*, (2018) mengatakan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, jika kualitas produk ditingkatkan, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Tetapi beberapa penelitian terdahulu membuktikan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas prodak tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Liu (2016) mengatakan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Karena harga tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, konsumen tidak terlalu memetingkan harga dari produk yang ditawarkan namun memperhatikan faktor lainnya. Kristanto (2016) mengatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. karena konsumen tidak memperhatikan kualitas pelayanan dalam memilih produk. Dan Zulaikha (2015) mengatakan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bertolak dari fenomena–fenomena yang terjadi serta adanya ke tidak konsistenan dari penelitian–penelitian sebelumnya membuat peneliti tertarik untuk meneliti kembali dengan objek yang berbeda.

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Prodak Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Sop Saudara dan Konro Di Kota Ternate**”.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang yang sudah diuraikan di atas maka dapat di rumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sop Saudara dan Konro ?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sop Saudara dan Konro ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sop Saudara dan Konro ?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan Dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sop Saudara dan Konro ?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. ingin mengetahui Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sop Saudara dan Konro .
2. ingin mengetahui Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sop Saudara dan Konro .
3. ingin mengetahui Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sop Saudara dan Konro .
4. ingin mengetahui Apakah harga, kualitas pelayanan Dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan sop Sop Saudara dan Konro.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak.

1. Bagi Rumah Makan Sop Saudara dan Konro

Memperoleh masukan, saran dan informasi bagi pihak Rumah Makan Sop Saudara dan Konro mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya seperti harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu memenuhi kriteria kepuasan konsumen, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijakan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Universitas Khairun

Sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen, khususnya di bidang marketing dan memberikan tambahan informasi kepada para peneliti di bidang manajemen pemasaran serta sebagai pijakan untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian tentang kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*).

3. Bagi Penulis

Sebagai bahan kajian ilmiah dari teori yang pernah didapat untuk bisa diimplementasikan di lapangan, selain itu juga sebagai suatu acuan sarana berlatih dalam upaya

meningkatkan kemampuan analisis, pengamatan dan pengungkapan pengembangan ide secara ilmiah terhadap masalah yang ada.