BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berwirausaha untuk mencapai kepuasan konsumen sangatlah penting bagi seorang wirausahawan yang mendirikan usahanya. Apabila konsumen merasa puas maka produk tersebut akan direkomendasikan sehingga menimbulkan daya tarik konsumen dan membuat usaha tersebut semakin berkembang. Menurut Qomariah (2017) mengukur kepuasan konsumen adalah suatu bagian hal yang penting dalam meningkatkn pelayanan yang efektif, dan efisien serta menjadi lebih baik. Jika pelayanan yang diberikan membuat konsumen merasa tidak puas maka kepuasan konsumen tidak efektif sehingga daya tarik konsumenpun menurun. Apabila terjadi tingkat kepuasan konsumen yang meningkat maka kemungkinan konsumen mempunyai loyalitas akan membeli kembali dan menjadi pelanggan tetap (Wicaksana, 2020). Oleh sebab itu bisnis akan bertahan lama dan pengasilan akan seimbang dengan pengeluaran perusahaan.

Menurut Ishak A (2005) untuk keadaan ekonomi yang sulit ini kepuasan konsumen memiliki peran yang cukup penting karena secanggih atau senikmat apapun produk yang dihasilkan perusahaan apabila konsumen tidak suka baik itu harga yang terlalu mahal maka kepuasan konsumen tidak ada artinya. Adapun penyebab konsumen yang tidak ingin beralih ke produk merk lain karena

konsumen telah merasa kecewa pada pembelian sebelumnya sehingga enggan untuk membeli produk merk lainnya. Oleh sebab itu yang mempengaruhi kepuasan konsumen terdapat faktor-faktor dibawah ini

Menurut Rustanti (2015:34) berpendapat bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu (1) Kualiatas produk adalah suatu barang yang memiliki permasalahan yang diwajibkan untuk diganti dan menyisihkan barang-barang yang mengalami kerusakan. (2) Harga produk yaitu suatu nominal dimana konsumen harus membayar sesuai dengan kesepakatan dua pihak jika ingin mendapat sesuai keinginan baik barang maupun jasa dan sahnya dalam bertransaksi. (3) Kualitas pelayanan merupakan seluruh fitur dan cirri khas produk atau jasa yang bergantungan dalam menyanggupi memberikan kepuasan keinginan akan kebutuhannya. (4) Sikap terhadap produk ini berawal dari emosi seorang konsumen itu sendiri. Karena seorang konsumen merasa senang ketika diberi perhatian oleh orang lain yang berupa pujian akan barang yang digunakan, sehingga konsumen merasa lebih percaya diri dan merasa puas. (5) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk merupakan persepsi seseorang terhadap percaya tidaknya bahwa munculnya teknologi dapat membuat malas seseorang untuk berusaha. Begitu pula dengan Rangkuti (2006) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu (1) Nilai yaitu proses dimana seluruh manfaatnya berasal dari barang atau jasa, yang mendasar dengan adanya persepsi dari pelanggan dapat menilai suatu barang atau jasa tersebut. (2) Daya saing mempunyai kelebihan pada barang atau jasa yang dapat dicari oleh pelanggan itu sendiri. (3) Persepsi pelanggan merupakan suatu proses seseorang dalam menentukan, mengatur, serta dapat menafsirkan jalannya

sebuah makna dengan menggunakan panca inderanya. (4) Harga dalam menentukan harga yang murah dianggap suatu barang yang dijual tidak layak atau kualitas barang yang dijual dalam keadaan tidak bagus. Karena dengan harga yang relative rendah dapat menimbulkan persepsi seorang pelanggan yang akan sulit untuk mempercayai suatu produk yang dijual.

Menurut Irawan (2002) mengatakan kepuasan pelanggan terdapat faktor-faktor pendorong yang mempengaruhinya yaitu (1) Kualitas produk menimbulkan kepuasan konsumen ketika telah membeli serta memakai produk yang mereka gunakan dengan kualitas sangat baik. (2) Harga dimana kesensitifan seorang konsumen biasanya dengan rendahnya harga sudah menjadi kepuasan bagi para pelanggannya dan seluruh daftar harga produk ini tidak ada artinya bagi konsumen yang tidak mementingkan harga tetapi lebih pada kualitas. (3) Kualitas layanan atau *service quality* adalah kualitas yang masih bergantung pada sistem, teknologi dan manuasia. Jika tidak menggunakan ketiga kualitas layanan maka perusahaan tidak akan berhasil dengan memasarkan produknya. (4) *Emotional factor* atau Faktor emosi dapat digolongkan menjadi 3 bagian yaitu estetika, ekspresi diri, dan kepribadian merek. Dalam melakukan keputusan pembelian terdapat respon yang bersifat emosional sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. (5) Biaya dan kemudahan konsumen dapat merasakan kepuasan apabila produk sangat enak dan mudah mencarinya sehingga mereka tidak perlu kesusahan dalam mencari produk yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Menurut Indrasari (2019) faktor utama untuk penentuan tingkat puas tidaknya konsumen adalah (1) Kualitas produk seorang konsumen dapat merasa

puas apabila persepsi konsumen mengatakan dimana barang yang dipakai kualitasnya sangat baik. (2) Kualitas pelayanan hal yang paling utama adalah industri jasa. Kepuasan dapat dinilai apabila pelayanan dapat memberikan sesuai dengan keinginana yang diharapan konsumen. (3) Emosional seorang konsumen akan senang jika orang lain memberikan pujian terhadap barang yang dipakai atau memakai merek yang terlihat mahal sehingga dapat memberikan rasa puas pada diri sendiri. (4) Harga pada barang yang mempunyai kualitas sama akan tetapi memutuskan harga yang lebih rendah dapat menambah daya tarik seorang konsumen. (6) Biaya seorang konsumen tidak perlu menghabiskan biaya atau waktu tambahan hanya karna puas dengan barang atau jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan terhadap kualitas sangat penting, jika kualitas tidak baik maka pelanggan tidak merasa puas bahkan pelanggan tidak ingin membeli kembali produk tersebut akan tetapi apabila dalam penjualan memberikan kualitas yang sangat baik pelanggan akan tetap berlangganan sehingga menjadi pelanggan tetap perusahaan. Menurut Fatihudin (2019) kepuasan pelanggan adalah untuk mengukur sejauh mana seorang pelanggan merasa senang dengan produk yang digunakan atau pun telah menerima produk yang diinginkan untuk dikonsumsi. Kepuasan pelanggan dapat menjadi pengalaman apabila telah menerima produk atau jasa sehingga pelanggan bebas berpendapat puas tidaknya dengan produk tersebut. Begitu pula dengan Handoko (2016) kepuasan pelanggan yaitu suatu hal penting untuk mengelola kualitas pelayanan sehingga mendapat pengukuran bagaimana seorang pelayan dalam merespon pelanggan apabila telah meneriman produk tersebut. Adanya kualitas layanan yang baik maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan itu sendiri. Harapan konsumen ini sangat penting

sehingga memiliki peran yang sangat berpengaruh dalam menentukan kualitas produk sehingga konsumen akan mengevaluasi harapannya untuk dijadikan standar atau acuan (Sumartini & Tias, 2019)

Menurut Liliani (2020) kualitas makanan adalah suatu cara dalam mengelola makanan dengan baik agar hasil bisnis dari rumah makan dapat berjalan dengan maksimal. Kualitas betutu ini yaitu pada ayam dan rempah-rempah yang digunakan untuk membuat betutu. Oleh sebab itu pelanggan dapat merasakan pedasnya rempah-rempah yang menyerap kedalam daging betutu. Betutu Men Tempeh ini tidak kalah saing dengan rasa pedas yang menjadi khas betutu. Dari keenam kuliner betutu ini hanya beberapa yang menyediakan ayam kampung dan ayam broiler salah satunya adalah Betutu Men Tempeh. Tidak hanya itu Betutu Men Tempeh ini juga menyediakan kemasan kaleng yang mudah dibawa kemana saja sebagai menu favorit. Adapun kemasan ayam betutu kaleng kecil dengan bobot tuntas 155 gram dan kemasan besar dengan bobot 425 gram. Betutu Men Tempeh ini telah bersertifikat halal dan tidak perlu diragukan lagi untuk para pengunjung yang menikmati Betutu Men Tempeh.

Berdasarkan observasi terhadap beberapa konsumen dinyatakan bahwa konsumen merasa puas sehingga lebih memilih Betutu Men Tempeh karena memiliki rasa pedas yang khas, tempat yang sangat nyaman, untuk ayam kampung dan ayam broiler telah memenuhi standar kualitas ayam betutu sehingga konsumen lebih memilih Betutu Men Tempeh. Konsumen yang berdatangan kembali adalah konsumen yang merasa puas dengan kualitas makanan Ayam Betutu Men Tempeh. Kualitas pada ayam betutu ini sangat diperhatikan bagi

konsumen karena kualitas yang paling utama dipandang terutama dari segi produk makanan.

Kuliner betutu yang berada di Gilimanuk ini memiliki pelanggannya masing-masing dimana terdapat sebagian yang memilih Betutu Men Tempeh karena betutu ini menyediakan betutu kaleng untuk ayam kampung dan ayam broiler yang tidak ada pada betutu lainnya. Konsumen yang sebagaian memilih Betutu Men Tempeh ini merupakan konsumen yang dalam pembelian melalui online whatsapp pribadi Betutu Men Tempeh sehingga tidak perlu jauh-jauh datang ke Gilimanuk karena untuk pemesanan bisa melalui via online. Dari masalah tersebut maka seorang peneliti dapat melanjutkan penelitian dengan mengambil judul skripsi mengenai "Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Pembelian Betutu Men Tempeh di Gilimanuk"

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasar uraian masalah yang dipaparkan dilatar belakang maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas Ayam Betutu Men Tempeh.
2. Sebagian besar konsumen lebih memilih Ayam Betutu Men Tempeh dibandingkan dengan ayam betutu lainnya yang berada di Gilimanuk.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasar paparan yang telah dijelaskan pada latar belakang dan identifikasi masalah, maka peneliti akan membatasi penelitiannya mengenai

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Pembelian Betutu Men Tempeh di Gilimanuk.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasar uraian latar belakang diatas, maka dapat menyimpulakn suatu rumusan masalah penelitiannya adalah sebagai berikut.

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pembelian Betutu Men Tempeh di Gilimanuk.
2. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada pembelian Betutu Men Tempeh di Gilimanuk.

1.5 Tujuan Penelitian

Dari masalahan yang ada sehingga telah dapat merumuskan peneliti ingin mencari jawaban dari semua permasalahan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pembelian Betutu Men Tempeh di Gilimanuk.
2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada pembelian Betutu Men Tempeh di Gilimanuk.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Peneliti berharap dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis
   1) Penelitian ini berharap dapat mengembangkan teori–teori yang ada sehingga dapat memperkaya ilmu pengetahuan.

2) Hasil dari penelitian ini juga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

1) Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap untuk dapat memperdalam kepuasan konsumen pada pembelian Betutu Men Tempeh di Gilimanuk.

2) Bagi Pengusaha

Penelitian ini dapat memberikan masukan berupa informasi yang dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi kepuasan konsumen pada Betutu Men Tempeh di Gilimanuk.

3) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi tambahan serta perbandingan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.