

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha kuliner meningkat menyebabkan persaingan di dunia bisnis semakin ketat, banyaknya jenis kuliner yang ada membuat bertambah juga para pesaing, beragamnya jenis kuliner ini muncul karena banyak pengusaha yang memiliki inovasi baru terhadap jenis makanan yang mereka jual, sejalan dengan pendapat Nugroho (2021) banyaknya perusahaan yang menawarkan produk membuat para konsumen memiliki banyak pilihan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka, yang menyebabkan persaingan bisnis semakin meningkat. Persaingan yang ketat ini sangat mempengaruhi tingkat kebingungan konsumen untuk membeli produk dan membuat pengusaha dituntut untuk bekerja keras dalam persaingan yang ada, untuk memperebutkan persaingan tersebut tantangannya adalah memberikan yang terbaik kepada pelanggan maupun konsumennya dan mempertahankan pangsa pasar yang semakin kompetitif. Pengusaha harus mampu menciptakan suatu keunikan tersendiri agar bisa bersaing dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada untuk mendapatkan *image* positif dan kesetiaan konsumen terhadap produknya.

Kondisi ekonomi dan gaya hidup masyarakat saat ini semakin cerdas dan selalu mencari hal-hal baru setiap waktu, mengakibatkan para pengusaha juga harus pintar menarik perhatian konsumen untuk mempertahankan pangsa pasar serta mengembangkannya agar dapat menguasai *market share*. Rachmadani (2023) mengatakan bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang pesat saat, seiring dengan adanya ide yang kreatif dan inovatif yang membuat konsep pemasaran pada bisnis kuliner lebih berkembang dan tepat sasaran. Salah satu permasalahan yang sering dihadapi pengusaha adalah bagaimana menciptakan kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh para konsumen sehingga kebutuhan yang diharapkan tersebut sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan. Kepuasan tersebut akan menimbulkan sebuah keuntungan dari produk yang dipasarkan, tidak mudah menghadapi tantangan yang semakin berat pengusaha harus tetap jeli melihat keinginan konsumen, ketika konsumen puas dengan apa yang mereka rasakan, konsumen akan loyal terhadap produk yang mereka konsumsi.

Kepuasan konsumen menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh pengusaha, konsumen yang puas terhadap produk yang disajikan akan membangun kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kotler dan Keller (2016:33) definisi kepuasan konsumen

“Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted” yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi pelanggan kecewa, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang.

Hal tersebut menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan harapan yang mereka bayangkan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya sesuai dengan yang diharapkan. Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menganalisis kepuasan konsumen adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya (Indrasari, 2019:92). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu faktor harga dan kualitas produk.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya harga. Harga memainkan peran strategik dalam pemasaran, jika harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau bahkan *customer value* menjadi rendah, sebaliknya, jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk. Definisi harga dari perspektif pemasaran yaitu satuan mata uang atau satuan alat ukur (termasuk barang dan jasa) yang dapat ditukarkan agar mendapatkan hak penggunaan atau kepemilikan suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2015:290). Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, berdasarkan pengelihatannya konsumen selain harga kualitas produk juga sangat diperhatikan dimana jika produk yang dihasilkan tidak dengan kualitas yang baik maka minat konsumen akan produk tersebut akan menurun. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan dilihat dari sudut pandang pemasarannya (Tjiptono, 2014:231). Menurut Kotler

dan Keller (2009:143), kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, serta dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian dan dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen dipuaskan dengan memberikan harga yang relatif murah dan kualitas produk yang baik, hal ini berarti perusahaan harus mampu memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan konsumen, dengan tujuan untuk mendapatkan para konsumen yang loyal (setia) sehingga memberikan manfaat yang tinggi bagi perusahaan.

Harga merupakan hal yang sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang atau jasa. Konsumen menggunakan harga tidak hanya untuk ukuran pengorbanan, tetapi juga sebagai indikator kualitas produk yang ditawarkan oleh pengusaha dituntut untuk bisa menawarkan produk yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan agar konsumen merasa puas dengan harga yang dibayarkan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Nugroho (2019) menyatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Prakoso, dkk (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ruffiansah (2020) hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Banyaknya pilihan warung makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih warung makan

yang mana yang mereka inginkan. Pemilik usaha warung makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen tersebut, baik itu kualitas produknya, dan keterjangkauan harga sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, dan harga yang ada di warung makan, oleh karena itu berhasil tidaknya warung makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada kualitas produk yang terbaik, dan harga yang terjangkau.

Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi merupakan salah satu tempat makan mie ayam dan bakso yang berada di daerah Seririt, yang didirikan pada tahun 2003 oleh Bapak Sudadi dan istrinya. Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi sebuah usaha kuliner yang banyak dikunjungi pelanggan tempatnya berada di Jalan Diponegoro, Seririt, Kec. Seririt, Kab. Buleleng, Bali. Awal mula berdirinya usaha Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi ini adalah hasil berjuang keras Bapak Sudadi dan istrinya untuk membangun citra yang baik kepada konsumen yang berada di daerah Seririt. Tahun 2023 merupakan tahun berdirinya cabang warung makan kedua yang berada di Jl. Singaraja-Gilimanuk, Pengulon, Kec. Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali. Selain Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi ini cukup banyak warung-warung mie ayam dan bakso yang ada di sekitar daerah Seririt. Warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi memiliki ciri khas mie yang berbeda dengan mie-mie yang digunakan oleh pedagang mie ayam lainnya, mie yang digunakan adalah hasil produksi yang dibuat langsung oleh bapak Sudadi dengan ukuran mie yang lebih lebar, pipih dan kenyal, jadi dengan perbedaan tersebut menjadikan Mie Ayam dan Bakso Solo

Pak Dadi memiliki ciri khasnya tersendiri. Lokasi Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi ini memiliki lokasi yang strategis terletak dipinggir jalan raya utama dan tidak jauh dari sekolah ini sangat memudahkan akses pengunjung untuk datang makan dan beristirahat di warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi. Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi ramai dikunjungi ketika ada perayaan hari-hari raya besar kecuali hari raya muslim warung akan ditutup, para pelanggan banyak singgah sekedar beristirahat dan memesan makan mie ayam maupun bakso, sedangkan dihari-hari biasanya Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi ini juga ramai dikunjungi oleh pelanggan tetapnya. Tidak heran mengapa warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi ramai dikunjungi karena mereka mengandalkan citra mereknya sendiri yang mereka sudah bangun dari tahun 2003 sampai saat ini, sehingga sudah banyak yang mengenal dan tidak mempromosikan mie ayam dan baksonya melalui sosial media lagi karena warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi ini mengandalkan para pelanggan tetapnya yang saling merekomendasikan untuk membeli mie ayam dan bakso solo di Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi.

Berdasarkan hasil observasi awal kepada 30 pelanggan yang sudah berkunjung ke warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi diperoleh hasil 50 % pelanggan menyatakan terkait kualitas produk dalam hal cita rasa Mie ayamnya enak dan bumbu yang digunakan sangat pas dengan aroma rempah yang sangat tajam, porsi yang disajikan cukup banyak. Cita rasa bakso kuahnya sangat segar dengan bumbu yang pas, pentolnya menggunakan daging sapi sehingga rasa pentolnya sangat enak dan kenyal, porsinya sesuai dengan porsi bakso pada

umumnya. Tempat yang nyaman, pelayanan sangat ramah dan memuaskan, tempat parkir yang disediakan cukup luas dan tidak lupa warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi juga sudah bersertifikasi Halal. Sedangkan 30 % pelanggan yang datang merupakan pelanggan hasil rekomendasi dari keluarga, teman, dan pelanggan yang penasaran dengan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi, dan 20 % menyatakan terkait harga relatif lebih mahal dibandingkan dengan Warung Mie Ayam dan Bakso Solo sekitarnya. Dari hasil tersebut hal ini menyebabkan penelitian dilakukan di Warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi karena ingin mengetahui lebih lanjut terkait harga dan kualitas produk bisa mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga memilih di warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi di antara warung mie ayam dan bakso solo lainnya yang ada di daerah Seririt.

Harga memainkan peran strategik dalam pemasaran jika harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan akan tidak terjangkau oleh pasar sasaran. Keragaman harga yang ditawarkan di setiap warung pasti berbeda-beda harga yang ditawarkan di warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi mulai dari Rp. 12.000 hingga Rp. 25.000. Untuk harga mie ayam dan bakso biasa sebesar Rp. 12.000, untuk harga mie ayam + bakso atau telur sebesar Rp. 15.000, dan harga mie ayam bakso + telur sebesar Rp. 18.000. Selain itu ada menu bakso bunga cinta yang harganya sebesar Rp. 15.000 jika ditambah mie ayam harganya Rp. 25.000. Untuk varian minum yang disajikan ada teh dingin atau hangat dan aqua seharga Rp. 4.000, jeruk dingin atau hangat dan teh botol seharga Rp. 5.000, dan sprite atau fanta seharga Rp. 6.000.

Perbedaan harga ini nampak pada warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Mas Imam cabang 1&2 dengan harga yang ditawarkan mulai dari Rp. 9.000 sampai Rp. 15.000 dan harga minum yang ditawarkan mulai dari Rp. 2.000 – Rp. 5.000 saja, selain itu juga ada warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo “ Pandowo Limo 2” mereka menawarkan harga mulai dari Rp. 10.000 hingga Rp. 15.000 dan untuk harga minumannya mulai dari harga Rp. 3.000 hingga Rp. 5.000 saja, varian menu yang tersedia juga berbeda, dimana menu yang dijual Mas Imam ini ada menu mie ayam biasa, mie ayam bakso, mie ayam cekeur, mie ayam telur, bakso ayam, bakso sapi, dan bakso urat. Kemudian minumannya ada es teh, teh anget, dan es jeruk. Menu yang di jual Pandowo Limo 2 ada mie ayam biasa, bakso telur, bakso urat, bakso hamil, dan bakso campur. Minumannya es teh, dan es jeruk.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa menu yang terdapat pada Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi masih kurang bervariasi dalam penambahan menu bakso yang ada, hanya ada satu menu bakso yang menarik yaitu bakso bunga cinta, apabila diperhatikan masih banyak inovasi-inovasi baru tentang menu mie ayam dan bakso yang menjadi pesaing warung Mie Ayam dan Bakso Pak Dadi, selain menu perbedaan harga yang sedikit lebih mahal dibandingkan dengan warung mie ayam dan bakso lainnya juga membuat konsumen tidak keberatan untuk membeli diwarung Pak Dadi dengan alasan rasa dan porsi yang disajikan berbeda dengan warung-warung mie ayam dan bakso lainnya, tetapi masih ada konsumen yang masih sering membanding-bandingkan harga tersebut dengan warung mie ayam dan bakso lainnya. Hal ini menjadikan tolak ukur tingkat kepuasan konsumen dengan penawaran harga yang tentunya

menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli makanan dengan kualitas rasa yang terbaik sehingga membuat konsumen berani meninggalkan pesaing sejenisnya.

Konsumen juga akan memperhatikan kualitas produk yang di tawarkan Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi dari segi kehygienisan, rasa, tampilan, dan konsistensi makanan dan minuman yang harus mereka pertahankan karena pelanggan mempunyai harapan yang tinggi terhadap apa yang mereka pesan. Kualitas produk yang disajikan berdasarkan hasil wawancara para konsumen bahwa cita rasa ayam dan pentol yang enak, bumbu kuah yang pas dengan aroma yang tajam, serta porsi yang cukup banyak dan sesuai dengan porsi penyajian. Adanya kesesuaian harapan konsumen tentu akan menentukan tingkat kepuasan konsumen itu secara langsung karena apa yang mereka harapkan tentang kesan baik yang sudah mereka peroleh dari rekomendasi sesuai dengan apa yang sudah dibayangkan itu menjadi salah faktor yang menentukan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian Prakoso, dkk (2023) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan penelitian yang dilakukan oleh Izzuddin, dkk (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat kesenjangan antar hasil penelitian Prakoso dan Izzuddin terkait kualitas produk berpengaruh signifikan dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan.

Hal ini menjadikan daya tarik penulis untuk melakukan penelitian tentang bisnis pemasaran yang difokuskan pada salah satu bisnis, yaitu Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas produk apakah faktor tersebut

dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di Warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi. Hal ini menjadi latar belakang penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut.

1. Terdapat perbedaan harga dengan pesaing lainnya yang relatif lebih tinggi.
2. Adanya perbedaan harga atau kualitas produk menimbulkan konsumen membanding-bandingkan dengan pesaing lainnya.
3. Kurang inovatif dalam pengembangan menu-menu baru.
4. Terdapat kesenjangan antar penelitian terdahulu yang menyatakan kepuasan konsumen tidak selalu berpengaruh terhadap harga dan kualitas produk.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas untuk lebih fokus dalam melakukan penelitian, mengingat banyaknya variabel yang ditemukan dalam penelitian ini penulis perlu batasan-batasan dalam pembatasan variabel. Pembatasan penelitian ini memfokuskan masalah mengenai variabel Harga dan Kualitas Produk serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui hal sebagai berikut.

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi.
3. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, manfaat yang mampu dihadirkan dalam penelitian ini mencakup hal-hal sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya Manajemen Pemasaran yang terkait dengan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Warung makan Mie Ayam dan Bakso Solo Pak Dadi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharap bisa memberikan tambahan ilmu dan pengetahuan tentang strategi pemasaran, langkah pengembangan usaha dan sebagai pengaplikasian teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah dalam menentukan strategi pemasaran selanjutnya, dan hasil penelitian ini dapat digunakan pula untuk menentukan kebijakan di bidang pemasaran agar dapat menarik perhatian konsumen.

c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan atau menambah wawasan serta ilmu pengetahuan dibidang penelitian terkait pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, serta tambahan sebagai bahan pengembangan kurikulum.