

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, persaingan bisnis sangat ketat mengakibatkan banyak pihak yang melakukan bisnis wajib melakukan kinerja secara optimal agar mampu bertahan. Untuk meningkatkan daya saing dan menjamin kelangsungan hidup, perusahaan harus menerapkan serangkaian taktik. Beberapa organisasi menghadapi kebangkrutan karena ketidakmampuan mereka beradaptasi dengan semakin kompleksnya operasional perusahaan dan kemajuan teknologi, dan sebaliknya (Fiazisyah & Purwadiani, 2018). Dalam menghadapi persaingan, memiliki pelanggan yang tetap adalah kunci memenangkan persaingan sehingga perusahaan yang mau bertahan wajib bisa menemukan strategi usaha yang tepat agar bisa membuat pelanggan merasa lebih baik dibandingkan dengan perusahaan saingannya. Memiliki basis pelanggan yang memanfaatkan barang atau jasa perusahaan merupakan aset penting yang dapat memberikan dukungan kepada organisasi. Untuk mencegah pelanggan beralih ke perusahaan lain, mereka harus puas dengan produk perusahaan. Pelanggan yang puas dan setia akan menciptakan peluang untuk penjualan berulang, namun pelanggan yang tidak puas mungkin memilih untuk menghentikan pembelian mereka atau beralih ke produk atau layanan alternatif (Ibojo dkk, 2014). Sehingga pentingnya sebuah pelanggan bertahan dalam sebuah perusahaan menjadi kunci perusahaan bisa bertahan dalam menghadapi persaingan dengan demikian kepuasan pelanggan haruslah dijadikan

prioritas bagi perusahaan. Sebab salah satu kunci dalam mempertahankan pelanggan ialah dengan kepuasan pelanggan (Miguna&Agni. 2019)

Memastikan kebahagiaan klien sangat penting untuk menjaga loyalitas pelanggan dan mendorong penggunaan produk perusahaan secara berkelanjutan. Menurut Kotler dan Keller (2018), kepuasan adalah keadaan emosional kepuasan atau ketidakpuasan individu yang berkembang dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan suatu produk dengan harapan mereka. Mempertahankan pelanggan yang sudah memakai produk lebih susah dibandingkan dengan menemukan pelanggan baru. Oleh karena itu, sangat penting bagi setiap organisasi untuk memastikan bahwa semua kliennya merasa puas dengan hal-hal yang mereka manfaatkan. Pelanggan yang puas dapat memfasilitasi upaya promosi perusahaan dengan memberikan rekomendasi berdasarkan pengalaman pribadi mereka terhadap produk, sehingga meningkatkan daya persuasifnya (Manus & Lumanauw, 2015). Ada bermacam cara yang bisa digunakan untuk memuaskan pelanggan salah satunya ialah menetapkan harga yang menarik serta kualitas pelayanan yang bagus, yang didukung dengan M. Ibnu Khaldun dkk. (2015) menyatakan Faktor penentu utama bagi perusahaan untuk menjadi pemenang dalam persaingan terletak pada kemampuan mereka untuk menawarkan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyediaan produk dan layanan berkualitas tinggi dengan biaya yang wajar.

Harga merupakan salah satu penentu kepuasan konsumen dan memegang peranan penting dalam penjualan. Mengacu pada penjelasan Indrasari (2019) Harga mengacu pada nilai moneter yang diperlukan untuk memperoleh campuran tertentu dari suatu produk dan layanan terkait. Perusahaan harus menyelaraskan strategi penetapan harga mereka dengan kemampuan keuangan klien mereka untuk

memastikan bahwa pelanggan mampu membayar layanan dan memenuhi harapan mereka mengenai kualitas layanan yang diberikan. Harga adalah penentu penting bagi organisasi untuk menghasilkan pendapatan dan menarik klien (Fifin & Anindhyta, 2020). Perusahaan harus melakukan survei pendahuluan sebelum menetapkan harga optimal untuk barangnya. Penetapan harga yang tidak memadai dapat berdampak buruk bagi perusahaan, karena dapat mengakibatkan produk tidak terjual dan kerugian finansial. Harga harus selaras dengan daya beli konsumen untuk memastikan kemampuan mereka membeli barang dan jasa (Rendy, dkk. 2015). Kecenderungan pemilihan produk baik barang maupun jasa dari pelanggan senantiasa mengikuti definisi dari ekonomi yakni mengeluarkan biaya sekecilnya dan manfaat sebesar besarnya sehingga penetapan harga dari perusahaan haruslah diperhitungkan matang matang untuk meminimalisir kerugian akibat kesalahan penetapan harga.

Selain faktor harga, faktor kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan dari seorang pelanggan. Tjiptono (2019:59) mengungkapkan bahwasanya Kualitas layanan mengacu pada standar keunggulan yang diantisipasi dan tingkat kendali yang dipertahankan terhadap standar tersebut untuk memenuhi harapan klien. Agar klien merasa puas dengan layanan yang diberikan, kualitas layanan perusahaan harus sesuai dengan harapan mereka. Keberhasilan perusahaan berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan, sehingga kualitas layanan yang diberikan kepada klien menjadi faktor krusial (Bayu & Agus, 2021). Pemberian pelayanan yang prima akan memberikan dampak positif bagi klien, sehingga akan lebih mampu menarik minat mereka. Memastikan layanan pelanggan yang optimal merupakan pendekatan strategis untuk menarik dan meningkatkan kepuasan

konsumen terhadap produk perusahaan. Layanan pelanggan yang efisien dapat meningkatkan nilai intrinsik produk perusahaan. Kondisi ini akan dihadapi oleh berbagai perusahaan bisnis, baik organisasi besar, menengah, dan kecil.

Berlandaskan data yang didapat dari Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, UKM Kabupaten Buleleng tahun 2023 mengenai total UMKM yang ada di Kabupaten Buleleng, menunjukkan angka yang cukup tinggi terkait usaha kecil dan mikro, hal ini nampak dalam tabel 1.1

Tabel 1. 1
Jumlah UMKM Berdasarkan Klasifikasi Usaha Kabupaten Buleleng Tahun 2023

No	Jenis Usaha	Jumlah (Unit)
1	Usaha Mikro	10.943
2	Usaha Kecil	988
3	Usaha Menengah	55
Total		11.986

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng Tahun 2023

Jika mengacu pada tabel diatas, terlihat bahwa sektor usaha mikro merupakan sektor usaha paling banyak yang berada di Kabupaten Buleleng. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha mikro adalah usaha skala kecil milik orang atau badan usaha perseorangan yang memenuhi syarat untuk digolongkan sebagai usaha mikro. Umumnya UMKM dibagi menjadi 2 yakni usaha formal dan informal. Usaha formal adalah usaha yang memiliki izin usaha, sementara usaha informal adalah usaha yang belum memiliki izin. Usaha mikro masih banyak yang belum mempunyai izin usaha dimana usaha mikro sendiri ialah usaha skala terkecil, hanya memiliki manajemen keuangan yang sederhana serta memiliki sedikit bahkan tidak memiliki karyawan. Contoh dari usaha mikro ialah:

warung klontong, usaha laundry maupun dibagian sektor-sektor kuliner seperti pedagang asongan, serta usaha jasa lainnya seperti penjahit baju serta jasa selip giling bumbu.

Dahulu, orang-orang mengolah bumbu-bumbu masakan dengan cara tradisional seperti menggunakan batu lesung atau alat-alat sederhana lainnya, sehingga proses pengolahan bumbu hanya dilaksanakan terbatas karena keterbatasan daripada alat tradisional. Namun dewasa ini, berkat kemajuan teknologi, terciptanya alat-alat atau mesin yang dikhususkan untuk menggiling bumbu menjadi lebih cepat serta lebih efisien dimana mesin giling bumbu ini menggunakan mesin dinamo sebagai mesin utama dalam menggerakkan alat-alat penggilingan bumbu. Dengan hadirnya alat penggilingan bumbu ini, dapat membuat proses pembuatan bumbu menjadi lebih cepat dan efisien. Hadirnya alat mesin bumbu ini, dijadikan sebuah ide usaha oleh pengusaha untuk membuka jasa selip giling bumbu agar mempermudah mereka yang akan melaksanakan penggilingan bumbu terutama mereka yang berada di kawasan yang memiliki permintaan akan penggilingan bumbu yang tinggi yakni pasar yang menjual kebutuhan bahan baku untuk membuat makanan, sehingga pada pasar-pasar umumnya dijumpai usaha selip giling karena dengan adanya usaha selip giling bumbu di pasar membuat pengunjung lebih mudah untuk mengolah bumbu karena saat membeli bahan baku bumbu, bisa langsung diolah menjadi bumbu siap digunakan.

Pasar Anyar merupakan pasar terbesar di Kota Singaraja. Dimana pasar ini merupakan pasar induk yang menyediakan berbagai macam kebutuhan baik seperti sayur mayur, daging dan kebutuhan sejenisnya. Pasar ini pun berlokasi di Kelurahan Kampung Kajanan, Kota Singaraja yang letaknya persis ditengah kota Singaraja

sehingga pasar ini selalu ramai dikunjungi oleh berbagai kalangan diseluruh kota Singaraja baik individu rumah tangga hingga pedagang pedagang mikro yang berbelanja bahan baku untuk berjualan. Hadirnya Pasar anyar ini memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar untuk mengelola usaha usaha perekonomian yang erat kaitannya dengan pasar seperti toko sembako dan juga Usaha selip giling dimana dengan adanya pedagang makanan yang berbelanja bahan baku dipasar anyar sehingga memberikan potensi berkembangnya usaha selip giling diwilayah pasar anyar sendiri sehingga dilokasi dalam pasar maupun diluar pasar tumbuh usaha penggilingan bumbu. Diwilayah sekitar pasar anyar sendiri terdapat 4 Lokasi usaha selip giling bumbu, yakni Usaha Selip Giling Pak Udin dan Bu Sup yang berlokasi di Jalan Manggis, Usaha Selip Giling Bu Anginah yang berada di Jalan Patimura, serta Usaha Selip Giling Bapak Nguhah yang berada di Jalan Merak. Keseluruhan dari lokasi usaha ini berada diarea sekitar pasar dan berada pada radius yang cukup dekat sehingga diindikasikan terjadi persaingan usaha selip giling bumbu pada kawasan ini membuat peneliti ingin menggali lebih jauh bagaimana situasi persaingan usaha pada jenis usaha ini.

Berdasarkan data Observasi awal yang dilakukan untuk meninjau lokasi serta mengumpulkan beberapa data awal yang diperlukan dalam penelitian ke seluruh usaha selip giling yang telah disebutkan diatas, peneliti tertarik pada Usaha Selip Giling Pak Udin sebab ketika pelaksanaan observasi, penulis melihat adanya fenomena pelanggan yang beralih ke pesaingnya, hal ini ditemui saat peneliti melaksanakan observasi di lokasi pak udin melihat sejumlah pelanggan yang menggiling lalu ketika melaksanakan observasi dilokasi usaha lain ditemui pelanggan yang sama dengan yang menggiling dilokasi pak udin sehingga peneliti

menggali lebih lanjut dan bertanya kepada pelanggan yang beralih mengapa beralih kepada pesaing dan mayoritas pelanggan mengatakan kurang puas pada lokasi usaha tersebut dan memberikan beberapa keluhan kepada usaha pak udin. Kemudian keluhan keluhan pelanggan juga tidak hanya berasal dari pelanggan yang beralih saja, dimana ketika mengobservasi dilokasi usaha, dijumpai pelanggan pelanggan yang mengajukan keluhan kepada pak usaha udin pasca menggiling dilokasi ini, dimana pada pesaingnya tidak dijumpai hal demikian. Berdasarkan hasil wawancara secara keseluruhan, disimpulkan bahwa pelanggan mengalami pelayanan yang lambat pelanggan menunggu cukup lama untuk melaksanakan proses antrian sementara pelanggan umumnya terburu buru untuk melaksanakan penggilingan serta pelanggan juga tidak memperoleh potongan harga sehingga pelanggan merasa harga yang ditawarkan terkesan mahal dibanding pesaing lainnya. Dengan demikian artinya pelanggan tidak memperoleh hasil kerja yang maksimal oleh usaha ini. Berbicara terkait hasil kerja, berkaitan pula dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan diukur dengan membandingkan membandingkan kinerja yang diberikan perusahaan terhadap ekspektasi daripada pelanggan. Jika kinerja tidak sesuai harapan, pelanggan akan mengalami kekecewaan. Meski demikian, jika kinerja melebihi ekspektasi, pembeli akan merasakan kepuasan. Dengan demikian, disimpulkan bahwa kondisi yang dialami pelanggan diatas merupakan kondisi kecewa yang berarti ketidakpuasan. Demikian bisa diambil simpulannya yakni harga dan kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruhnya bagi kepuasan pelanggan. Selaras dengan temuan Vidi dan Zaki (2022) membuktikan harga dan kualitas pelayanan berdampak untuk kepuasan

pelanggan dimana ketika harga semakin murah dan kualitas pelayanan yang baik otomatis kepuasan pelanggan akan semakin naik, begitupun sebaliknya.

Berlandaskan observasi awal yang penulis jabarkan berbagai harga penawaran jasa yang ditawarkan oleh beberapa lokasi usaha selip giling bumbu pada Rumah Selip Giling Pak Udin dan pesaingnya, yang nampak didalam tabel 1.2

Tabel 1. 2
Harga Pelayanan Jasa dari Rumah Selip Giling Pak Udin dan Pesaing Bulan Januari 2024

Jenis Bumbu	Harga (Rp)			
	Pak Udin	Bu Sup	Bu Anginah	Pak Ngurah
Kacang	Rp. 2.500	Rp. 3.000	Rp. 3.000	Rp. 2.500
Bumbu Kuning	Rp. 4.000	Rp. 3.500	Rp. 4.000	Rp. 4.000
Bumbu Cabai	Rp. 4.500	Rp. 5.000	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Kelapa	Rp. 1.500	Rp. 1.500	Rp. 1.000	Rp. 1.500

Sumber: Rumah Selip Giling Pak Udin, Bu Sup, Bu Anginah & Pak Ngurah.

Melihat dari perbedaan harga daripada tabel diatas bahwa harga yang ditawarkan oleh masing masing jasa hampir sama, ada perbedaan selisih harga tipis antar masing masing usaha selip giling diatas. Akan tetapi pada Rumah selip giling Pak Udin tidak memberi potongan harga atau harga khusus untuk pelanggan lama atau pelanggan yang melaksanakan selipan giling dengan jumlah yang banyak dimana pada pesaingnya terdapat potongan harga serta harga khusus bagi pelanggan yang melaksanakan penggilingan dengan jumlah banyak. Berdasarkan observasi yang peneliti laksanakan diseluruh usaha selip giling, peneliti mendapati bahwa pada selip giling Bu Anginah, mereka memberikan diskon harga dikurangi Rp.1000 rupiah jika pelanggan melaksanakan penggilingan dengan cara *self service* dan pemberian harga khusus seperti harga pelanggan dengan jumlah banyak dengan kriteria diatas 20kg, maka harga per kg nya dikurangi Rp.500. sementara pada Pak

Ngurah berlaku demikian, memberikan potongan harga khusus bagi pelanggan dengan jumlah menggiling yang banyak, serta pada selip giling Bu Sup, memberikan harga khusus bagi pelanggan yang sudah lama melaksanakan penggilingan dan memberi potongan harga bila menggiling dengan jumlah yang melebihi dari ketentuan. Sehingga dengan adanya program potongan harga dan harga khusus demikian, menjadikan harga jasa selip giling pada usaha selip giling lainnya menjadi lebih murah dibandingkan dengan usaha selip giling pak udin. Sehingga dengan mengacu pada kasus yang terjadi pada pelanggan usaha giling pak udin, dimana pelanggan mengeluhkan harga yang tidak mendapat potongan sebab pelanggan merasa harga yang dibebankan tanpa adanya program harga seperti pesaing lainnya menimbulkan kesan mahal pada usaha selip giling pak udin. Sehingga beberapa pelanggan menjadi lebih jarang melaksanakan penggilingan di lokasi ini dan memilih beralih ke pesaing disebabkan pelanggan merasa harga yang ditawarkan pesaing lebih murah. Harga yang murah merupakan incaran pelanggan dimana harga mempengaruhi rasa puas bagi pelanggan. Harga yang cenderung murah dapat mengubah kepuasan pelanggan (Mujari, dkk. 2023) dimana jika suatu perusahaan menawarkan sebuah harga jasa dan pelanggan puas akan harga tersebut lalu kemudian pesaing menawarkan harga jasa yang lebih murah, maka kepuasan yang sudah terjadi bisa menjadi ketidakpuasan. Dengan demikian menyimpulkan bahwasanya harga berdampak bagi kepuasan pelanggan. Ungkapan inipun selaras dengan temuan Irvan Rizky (2022) yakni harga dapat berdampak dengan langsung dan substansial bagi kepuasan pelanggan dimana pada penelitian ini menjelaskan bahwa semakin murah harga suatu pelayanan jasa, membuat pelanggan merasa puas dimana harga yang cenderung murah memberikan persepsi

harga yang lebih menguntungkan bagi pelanggan sehingga pelanggan merasakan manfaat lebih besar daripada harga yang sudah dibayarkan.

Selain mengumpulkan data mengenai persepsi harga, penulis juga menggali mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan untuk pelanggan yakni bagaimana pelayanan yang diberikan daripada usaha selip ini, diperoleh beragam jawaban terkait pelayanan dimana menurut beberapa pelanggan pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dimana pemiliknya dikatakan ramah sehingga membuat kenyamanan saat melaksanakan aktifitas penggilingan, namun terdapat pula jawaban yang menyatakan bahwa pelayanan yang cukup buruk dimana sering mengalami keterlambatan atau ketepatan waktu yang kurang disebabkan sering kali terjadi antrian pada usaha ini dimana penyebabnya ialah karena keterbatasan mesin selip yang dimiliki dimana usaha ini hanya memiliki mesin masing masing 1 unit tiap jenis jasanya, dimana pada pesaingnya umumnya memiliki setidaknya 2 mesin tiap jenisnya sehingga pada pesaing lainnya dapat memberikan pelayanan penggilingan dengan segera jika terjadi peningkatan kunjungan jasa selip, sedangkan dilokasi usaha ini yang hanya memiliki 1 unit mesin, membuat pelayanan menjadi lebih lambat, karena tidak bisa memberikan pelayanan dengan segera sehingga beberapa pelanggan harus mengantri dan serta kondisi pelayanan demikian diperburuk dengan tidak ada karyawan yang dimiliki usaha ini sehingga keseluruhan dari aspek kerja dipikul sendiri oleh sang owner mulai dari proses penggilingan, transaksi bahkan layanan antar jemput bumbu semuanya dilaksanakan oleh owner sendiri sehingga dijam jam tertentu seperti pagi hari atau disore hari dan disituasi tertentu terjadi antrian yang lumayan panjang sehingga pelanggan dibuat menunggu. Kondisi demikian tidak dialami oleh

pesaingnya, dimana mereka memiliki setidaknya 1 orang karyawan dalam mengelola usaha ini agar bisa memberikan pelayanan yang cepat sehingga ketika peneliti melaksanakan observasi ke lokasi lokasi selip lain, jarang ditemui antrian seperti yang ada pada usaha ini. Dengan adanya pelayanan yang lambat daripada usaha ini, membuat sebagian pelanggan yang tidak sabar atau buru buru memilih untuk pindah lokasi ke usaha pesaing lainnya. dimana dengan situasi demikian, terlihat bahwa pelanggan merasakan ketidakpuasan karena tidak dapat memberikan pelayanan yang baik sehingga membuat pelanggan beralih ke pesaing. Sebuah organisasi yang menjunjung tinggi penyediaan kualitas layanan prima berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan (Alvianna, dkk. 2021). Adapun temuan (Gledyis, dkk. 2022) membuktikan kualitas pelayanan berdampak positif bagi kepuasan pelanggan. Ditemukan bahwa ada korelasi langsung antara peningkatan kualitas layanan dan tingkat kepuasan klien yang lebih tinggi. Idealnya pemberian kualitas layanan diperoleh dengan memberi pelanggan pengalaman yang terbaik atau menyenangkan sehingga membuat pelanggan puas dan terus menjalin hubungan bisnis dengan perusahaan.

Dengan permasalahan demikian, jika sebuah perusahaan ingin tetap mempertahankan keberadaannya pada industri, perusahaan perlu untuk terus membangun kepuasan pelanggan dan menjalin hubungan positive bersama pelanggan agar pelanggan tetap berada pada bisnis perusahaan. Perusahaan yang ingin menciptakan kepuasan pelanggan perlunya untuk selalu mengedepankan apa yang diinginkan pelanggan. Perusahaan harus menawarkan produk dan layanan unggulan untuk memikat perhatian klien. (Mujari, dkk, 2023) Pelanggan haruslah diutamakan mengenai apa yang mereka perlukan dan bagaimana perusahaan bisa

memberikan jawaban atas kebutuhan pelanggan. Dengan kebutuhan pelanggan yang terpenuhi inilah bisa memberikan rasa puas terhadap pelanggan kepada perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas dan merasa dihargai sebagai pelanggan tentunya pelanggan tidak akan mudah untuk berpaling daripada ke bisnis lainnya dan bisa menciptakan Retensi Pelanggan. Mengacu pada penjelasan Ranaweera dan Prabhu (2003) Retensi pelanggan adalah hasil dari berbagai faktor, termasuk kebahagiaan pelanggan dan pemberian nilai yang signifikan kepada pelanggan. Sehingga mengacu pada pembahasan sebelumnya, perlunya ada pembenahan mengenai harga dan kualitas pelayanan pada usaha ini untuk memberi solusi atas permasalahan yang sudah dijabarkan diatas dan turut serta membantu usaha ini dalam menciptakan retensi pelanggan.

Topik mengenai Usaha Selip Giling Bumbu ini juga merupakan kajian baru yang belum banyak diteliti, Sehingga penelitian ini juga diharapkan mampu memberi rujukan baru bagi ilmu pengetahuan mengenai permasalahan harga dan kualitas pelayanan pada jenis usaha Selip Giling Bumbu, terutamanya yang dikembangkan oleh UMKM dan diharapkan mampu membuka jendela penelitian terbaru terkait hal ini sehingga penelitian ini menjadi awal yang bisa bermanfaat bagi khalayak ramai.

Sehingga berdasarkan Fenomena dan Penjabaran diatas, Peneliti tertarik dengan fenomena kepuasan pelanggan pada pelanggan Rumah Selip Giling Pak Udin sehingga peneliti ingin membuat kajian studi dengan topik “ **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Selip Giling Pak Udin Singaraja**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan dengan apa yang dijabarkan dilatar belakang, beberapa masalah yang berhasil diidentifikasi sebagai berikut.

- 1.2.1 Persaingan usaha selip giling bumbu, dimana jarak setiap pesaing cukup dekat memperebutkan pangsa pasar yang sama.
- 1.2.2 Pelanggan yang mengeluh akibat tidak mendapat potongan harga saat melaksanakan penggilingan dengan jumlah yang banyak, karena merasa ketika menyelip banyak harga yang dibayarkan tidak sebanding terhadap manfaat yang pelanggan rasakan sehingga pelanggan menjadi lebih jarang menggiling bumbu dilokasi ini
- 1.2.3 Pelayanan yang lambat sehingga mengakibatkan antrian cukup panjang, Antrian ini disebabkan kekurangan daripada mesin selip serta tenaga kerja yang dimiliki sehingga proses penggilingan bumbu menjadi lebih lambat.
- 1.2.4 Pelanggan sering menunggu akibat pelayanan yang sering lambat, pelayanan yang lambat sering kali menyebabkan antrian dan membuat pelanggan menunggu untuk mendapat giliran jasa, hal ini tentunya membuat pelanggan merasa membuang waktu.
- 1.2.5 Adanya pelanggan yang beralih menggunakan jasa pesaing saat terjadi antrian jasa selip, beberapa pelanggan tidak mau mengantri disebabkan memerlukan bumbu sesegera mungkin, sehingga memutuskan untuk beralih ke usaha selip lain agar menghemat waktu.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengacu pada dari latar belakang dan Identifikasi permasalahan yang sudah dijabarkan diatas, Peneliti membatasi agar kajian studi ini dalam pelaksanaannya tidak menyimpang dari topik yang diujikan. Batasan inipun hanya berfokus pada dua variabel terkait dan satu variabel bebas. Dimana harga dan kualitas pelayanan selaku variabel bebas dan kepuasan pelanggan selaku variabel terikatnya.

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang dan identifikasi permasalahan penelitian yang dijabarkan demikian yang menjadi rumusan permasalahan dalam kajian studi ini mencakup:

- 1.4.1 Apakah ada pengaruh harga bagi kepuasan pelanggan rumah selip giling pak udin?
- 1.4.2 Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan rumah selip giling pak udin?
- 1.4.3 Apakah ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan rumah selip giling pak udin?

1.5 Tujuan Penelitian

Berlandaskan latar belakang serta rumusan permasalahan, Adapun yang menjadi tujuan pelaksanaan kajian studi ini diantaranya berupaya menilai:

- 1.5.1 Pengaruh harga bagi kepuasan pelanggan rumah selip giling pak udin.
- 1.5.2 Pengaruh kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan rumah selip giling pak udin.

- 1.5.3 Pengaruh harga dan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan rumah selip giling pak udin.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Kegunaan yang diharapkan melalui pelaksanaan kajian studi ini mencakup:

1.6.1 Manfaat Teoritis:

Bisa memberi sumbangsih kontribusi atau partisipasi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi kedepannya khususnya dibidang manajemen pemasaran yang berkaitan terhadap harga, kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan.

1.6.2 Manfaat Praktis:

1) Bagi peneliti:

Bisa memperluas wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai pengaruh harga, serta kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan pada rumah selip giling pak udin.

2) Bagi pengusaha (Rumah selip giling pak udin)

Diharapkan melalui kajian studi ini, mampu dijadikan bahan pertimbangan untuk perencanaan usaha serta proses mengambil keputusan pada Usahanya terutama dalam hal kepuasan pelanggan.

3) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Dapat dimanfaatkan selaku tambahan informasi dan pengetahuan untuk para pembaca nantinya dan selaku salah satu rujukan untuk kepentingan keilmuan yang berhubungan terhadap topik yang tengah diujikan.