

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan pelanggan itu sendiri. Seiring makin banyaknya aktivitas di luar rumah yang sangat bervariasi oleh manusia, maka kesempatan orang yang bersifat cepat, praktis dan nyaman semakin tinggi. Menurut Sumarwan (2002), jumlah penduduk yang sangat besar membawa dampak penting bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu dampak penting adalah pemenuhan kebutuhan pangan yang sangat banyak untuk memenuhi konsumsi penduduk. Hal ini membawa dampak positif bagi para pengusaha untuk melihat peluang bisnis dan mempengaruhi pelanggan Indonesia yang bersifat konsumtif.

Seiring semakin konsumtif dan bervariasi pelaku pelanggan di Indonesia dan didukung dengan jumlah penduduk yang besar maka tidak sedikit para pengusaha tertarik menjalankan bisnis kuliner atau usaha dibidang makanan dan minuman. Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Menurut Kotler (2001) bahwa dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan maka akan

memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing khususnya perusahaan yang bergerak dibidang kuliner. Menurut Tjiptono (2016) terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan kepuasan konsumen antara lain: 1) kualitas produk, 2) kualitas pelayanan, 3) emosi, 4) harga, dan 5) biaya. Dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan dua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan perusahaan akan memberikan rasa nyaman kepada konsumen dan dapat menciptakan pembelian ulang, sehingga meningkatkan omzet penjualan perusahaan. Tjiptono (2014) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik dari segi waktu, tempat, bentuk dan kebutuhan untuk para konsumen. Kualitas pelayanan yang dapat diberikan dari usaha rumah makan adalah pelayanan karyawan yang ramah dan juga penampilan karyawan tersebut yang rapi dan menarik, sehingga menimbulkan kesan yang nyaman bagi konsumen dan menimbulkan kualitas

pelayanan yang baik. Konsumen akan tertarik dan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan yang puas dapat membeli secara berulang-ulang terhadap produk tersebut.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah rumah makan adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Menurut Fandy Tjiptonoo (2012: 146) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Semakin terpenuhi harapan-harapan konsumen tentu konsumen akan semakin puas, jika konsumen merasa puas maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen perusahaan harus mampu menjual produk atau jasa dengan kualitas yang baik dan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Selain itu untuk menciptakan kepuasan konsumen perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas. Tingkat

kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan.

Desa Tegallalang yang terletak di Kabupaten Gianyar sering menjadi tempat berkunjung para wisatawan asing maupun lokal. Selain memiliki sejumlah destinasi wisata yang cukup populer seperti Ceking Rice Terrace, Tegallalang juga mempunyai sajian wisata kuliner yang nikmat dan lezat seperti green kubu, rice terrace café, ca peacock café, kedai van sheva, tebasari resto dan sebagainya. Munculnya beragam kedai, *bar*, atau *café* di Tegallalang menunjukkan bahwa bisnis makanan dapat diterima oleh masyarakat sebagai kuliner yang tepat. Para konsumen yang memilih kedai sebagai tempat makan tidak hanya memperhatikan kualitas dari makanan tersebut tetapi juga kualitas pelayanan yang sesuai. Oleh karena itu pengelola harus memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang tepat agar dapat bersaing dengan pengusaha lainnya. Untuk dapat bertahan di tengah maraknya persaingan usaha di Desa Tegallalang perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen.

Pada penelitian ini hanya memfokuskan pada Kedai Van Sheva yang berada di Jalan Pandawa, Tegallalang, Gianyar. Hal yang menarik dari Kedai Van Sheva yaitu menawarkan berbagai macam menu makanan dengan harga terjangkau. Kedai Van Sheva menyajikan Pizza sebagai menu andalan mereka, dan memiliki aneka macam masakan lain sebagai pelengkap. Kedai Van Sheva memberikan pelayanan yang cukup baik, dimana pada saat konsumen datang konsumen akan dipandu oleh karyawan menuju meja makan lalu karyawan menjelaskan mengenai pilihan makanan yang akan dipesan konsumen. Menu yang ditampilkan oleh pihak Kedai Van Sheva dibuat semenarik mungkin sehingga

menggugah selera makan pelanggan dan memesan makanan yang dianggap pelanggan menarik. Kedai Van Sheva buka mulai pukul 09.00 sampai pukul 20.00. Berkembangnya kedai ini tentu tidak terlepas dari bentuk produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Bentuk produk dan pelayanan ini akan mempengaruhi pada kepuasan konsumen yang akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan Kedai Van Sheva.

Setelah melakukan observasi langsung ke Kedai Van Sheva, mendapati kedai ini selalu ramai di sore hari dikunjungi oleh pelanggan terutama hari Sabtu dan Minggu. Tentunya banyaknya konsumen ini mewakili banyaknya kesan dan testimoni yang timbul dengan kepuasan produk dan pelayanan konsumen. Setelah melakukan wawancara langsung dengan pemilik Kedai Van Sheva atas nama I Wayan Pasek Widnyana beliau menjelaskan bahwa kini perusahaan masih terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Beliau juga menyadari masih banyaknya kekurangan yang dialami contohnya rasa makanan yang disajikan tidak selalu sama terkadang enak terkadang hambar, penyajian produk antara yang dimenu dengan yang disajikan terkadang berbeda, fasilitas yang ada terbatas bangunan restoran yang tidak terlalu luas, sempitnya lahan parkir terutama untuk roda empat, terbatasnya jumlah karyawan sehingga waktu penyajian produk lama. Selain itu Kedai Van Sheva juga belum pernah melakukan survei terkait kepuasan konsumen.

Dari latar belakang masalah pada penelitian ini akan mengkaji lebih dalam tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Van Sheva Tegallalang, Gianyar".

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut.

- 1.2.1 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kedai Van Sheva Tegallalang, Gianyar?
- 1.2.2 Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kedai Van Sheva Tegallalang, Gianyar?
- 1.2.3 Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Van Sheva Tegallalang, Gianyar?

## **Tujuan Penelitian**

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

- 1.3.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Van Sheva Tegallalang, Gianyar
- 1.3.2 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kedai Van Sheva Tegallalang, Gianyar
- 1.3.3 Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kedai Van Sheva Tegallalang, Gianya.

## **Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak, baik penulis, perusahaan maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian.

#### 1.4.1 Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam wawasan mahasiswa dalam mengaplikasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di perusahaan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

#### 1.4.2 Manfaat praktis

##### 1) Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang materi yang berkaitan dengan ilmu ekonomi khususnya di bidang manajemen pemasaran mengenai permasalahan pada kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen serta dipergunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (SI).

##### 2) Bagi Undiksha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi pada perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha (UNDIKSHA).

##### 3) Bagi Kedai Van Sheva

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran berupa saran-saran yang dapat menunjang tingkat kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen.