

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era modern atau globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil kebijakan atau keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar usahanya dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, pengusaha harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi pengusaha untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang terus menerus dan mendapatkan laba serta memperkuat posisi dalam menghadapi persaingan. Mereka juga menyadari bahwa keuntungan

semata tidak cukup untuk bertahan dalam persaingan bisnisnya, maka berbagai cara dilakukan untuk mempertahankan pangsa pasarnya dan kelanjutan bisnisnya. Mengingat bahwa penduduk Indonesia sangat “empuk” untuk dijadikan suatu sasaran pembisnis dalam menawarkan dan menjual produk ataupun jasanya.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, pengusaha dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumennya seperti memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Menurut Tjiptono dalam buku Danang Suntoyo (2012) kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Pengusaha yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar merasa mempunyai nilai lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan salah satu faktor penting, kualitas pelayanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga perlu diperhatikan oleh perusahaan karena merupakan hal yang penting untuk mengalahkan pesaing. Jadi jika perusahaan memberikan produk dengan kualitas yang paling baik maka akan tumbuh dengan pesat. Dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar konsumen merasa puas atas produk yang telah diberikan.

Harga termasuk salah satu faktor penting juga dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli produk tersebut. Kemudian pengusaha juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut dalam menjalankan bisnisnya karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman seperti lokasi yang mudah dijangkau, terletak dikeramaian penduduk adanya lahan parkir yang bersih dan luas serta faktor-faktor lainnya.

Soto Madura Gubeng PJK A “Pak Mad” yang berada di Jalan Ketintang Baru Selatan Blok D7 No. 54 (Ruko Lotus) Surabaya merupakan salah satu warung makan yang banyak digemari oleh para konsumen khususnya pecinta soto. Soto Madura Gubeng PJK A “Pak Mad” ini menjual makanan soto ayam dan daging sapi serta memiliki cita rasa yang khas dan berbeda dari soto lainnya.

Namun terdapat beberapa warung soto juga yang berada disekitar Soto Madura Gubeng PJK A “Pak Mad” ini sehingga banyak hal yang menjadi

bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih warung makan tertentu. Pihak pemilik Soto Madura Gubeng PJKA “Pad Mad” ini harus lebih berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen baik itu kualitas pelayan, kualitas produk, harga dan lokasi sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya.

**Tabel 1.1**

**Daftar Pesaing Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” yang berada disekitar Jalan Ketintang Baru Selatan Surabaya**

<b>No</b>	<b>Nama Pesaing</b>	<b>Alamat</b>
<b>1.</b>	<b>Soto Ayam Lamongan “PAK SADI ASLI”</b>	<b>Jalan Ketintang Baru Selatan Blok I No. 62</b>
<b>2.</b>	<b>Soto Ayam Kampung “CAK IPIN”</b>	<b>Jalan Ketintang Baru Selatan Blok III No. 52</b>

Sumber : Observasi Awal Peneliti Pada Bulan Januari 2019

Berdasarkan tabel diatas terlihat adanya beberapa persaingan bisnis warung makan soto disekitar Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad”. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar tetap meningkat, pihak pengelola harus segera menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnisnya dan harus mulai berfikir seperti konsumen akan terpuaskan oleh produknya. Memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan serta cenderung untuk membeli kembali produk dikemudian hari.

Pemilik juga mengatakan saat ini kondisi pengunjung atau pembeli mengalami naik turun atau fluktuasi pada bulan Agustus 2018 sampai bulan

Januari 2019 karena disebabkan adanya persaingan warung makan yang sejenis. Adapun data pengunjung Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Pembeli Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Pada bulan Agustus 2018 hingga bulan Januari 2019**

<b>Bulan</b>	<b>Pembeli</b>
Agustus 2018	450
September 2018	613
Oktober 2018	400
November 2018	410
Desember 2018	514
Januari 2019	520
<b>Jumlah</b>	<b>2.907</b>

Sumber : Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Bulan Januari 2019

Data diatas menunjukkan bahwa jumlah pembeli pada periode bulan Agustus 2018 sampai bulan Januari 2019 mengalami naik dan turun atau fluktuasi. Hal ini harus diperhatikan penuh oleh pemilik usaha dengan menganalisa keluhan pelanggan seperti misalnya keramahan pelayanan atau kebersihan warung makan. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan sehingga berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya ?
2. Apakah secara parsial variabel Kualitas Pelayanan dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya ?
3. Apakah secara parsial variabel Kualitas Produk dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya ?
4. Apakah secara parsial variabel Harga dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya ?

5. Apakah secara parsial variabel Lokasi dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial variabel Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial variabel Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial variabel Harga terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial variabel Lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” Cabang Ketintang Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Secara Praktis

Dapat memberikan masukan yang berarti bagi pemilik Soto Madura Gubeng PJKA “Pak Mad” dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Secara Teoritis

Dapat digunakan untuk referensi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Serta dapat memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca.