BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perdagangan pada era globalisasi saat ini tidak luput dari persaingan dunia usaha yang semakin ketat dalam memasarkan produk atau jasa. Sehingga para pelaku usaha dituntut agar selalu berusaha keras dalam berinovasi terhadap produk maupun jasa yang mampu bertahan dari persaingan dan menarik perhatihan dari calon konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Sementara itu hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang inovasi, pelaku usaha harus terlebih dahulu menentukan segmentasi dan target pasar mana yang akan dituju. Selain setiap pelaku usaha dituntut untuk lebih berinovasi, pelaku usaha juga diharapkan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menciptakan kepuasan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan (Kotler, 2014:150). Kepuasan konsumen akan datang dengan sendirinya bila produk yang dijual sesuai atau bahkan melampaui apa yang diinginkan konsumen.Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan informasi kepada perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara memaksimalkan kualitas pelayanan terbaik kepada konsumen.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam sebuah perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan

pelayanan yang telah diberikannya. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasikan kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan yang bergerak dibidang kuliner harus memulai pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek vital dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan pasar.

Sementara itu, Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan merupakan sarana dan prasarana yang menunjang konsumen agar merasa nyaman berbelanja. Menurut Lupiyoadi (2013:99), fasilitas adalah berupa penampilan fasilitas fisik, seperti : gedung, tempat parkir, kebersihan, kerapian ruangan, kelengkapanperalatan, komunikasi, penampilan karyawan dan kualitas sumber daya manusia didalamnya. Kelengkapan fasilitas yang menunjang dan sesuai dengan harapan konsumen dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga fasilitas yang disediakan dapat mendorong konsumen menjadi pelanggan tetap dan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Selanjutnya faktor produk juga salah satu pertimbangan konsumen untuk memutuskan pembelian dan mengkonsumsinya. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:248) segala sesuatu produk yang ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Dalam menarik perhatian konsumen agar mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan, maka perusahaan harus menawarkan beberapa variasi produk yang dapat menarik daya beli konsumen tersebut. Sebagai salah satu faktor yang mejadi kepuasan konsumen, selain menawarkan beberapa variasi produk makanan maupun minuman juga dapat

menjaga kualitas atau mutu produk tersebut agar konsumen merasa puas dan tidak kecewa.

Selain produk, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam penawaran. Ketika suatu perusahaan telah menetapkan harga, maka kualitas pelayanan, fasilitas dan produk yang disediakan harus sesuai dengan harga yang ditetapkan. Dengan patokan harga, konsumen dapat memilih produk apa yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Kotler dan Keller (2012:345) secara luas harga merupakan sebagai sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat saat ini ialah bisnis kuliner, dimana pada saat ini dunia kuliner menjadi *trend* dikalangan masyarakat Indonesia (m.detik.com). Bisnis kuliner menjadi *trend* disebabkan pada pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2011 mencatat angka pertumbuhan 10,98 persen, kemudian 19,33 persen pada tahun 2012, 4,07 persen pada 2013, 9,49 persen tahun 2014, 7,54 persen tahun 2015, 8,46 persen tahun 2016 dan 9,46 persen pada tahun 2017 (Kompas.com). kuliner atau makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup. Kuliner juga merupakan bisnis yang pangsa pasarnya tidak mengenal umur, siapa saja membutuhkan dan sangat menikmati berbagai macam sajian kuliner yang kian menjamur.

Dari hal tersebut mengakibatkan menjamurnya pertumbuhan cafe, rumah makan dan restoran di kota sidoarjo baik yang berlokasi didalam sebuah mall atau pusat perbelanjaan, dipinggir jalan raya maupun didaerah perumahaan dengan

berbagai konsep yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selain dituntut memenuhi kebutuhan konsumen, pelaku usaha supaya selalu mengutamakan kepuasaan konsumen.

Resto Anda yang terletak Jl. Gajah Putih No.68 Desa Tambak Oso Sidoarjo merupakan salah satu industri yang bergerak didalam bidang kuliner yang menghadapi persaingan saat ini. Didalam Resto Anda menggunakan konsep nuansa resto apung yang alami dan menyediakan beragam variasi hidangan makanan dan variasi minuman yang dapat dipesan melalui daftar menu. Selain menawarkan beragam variasi hidangan makanan dan minuman, Resto Anda juga menyediakan fasilitas penyewahan lapak pemancingan perahu motor dan sepeda air yang dapat di nikmati oleh para pengunjung Resto Anda dan outbound berupa pengenalan budidaya ikan bandeng dan mujahir nila. Dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen Resto Anda harus memperhatikan beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu diantaranya kualitas pelayanan yang diberikan Resto Anda, fasilitas sebagai sarana dan prasanan penunjang kemudahan konsumen untuk menikmatinya, produk yang ditawarkan kepada konsumen dan beragam variasi hidangan makanan dan minumam menjadi daya tarik konsumen untuk memutuskan membeli serta merasakan kepuasan terhadap produk yang dibelinya dengan harga yang cukup terjangkau.

Tabel 1.1 berikut ini menyajikan jumlah penjualan Resto Anda Sidoarjo pada periode bulan Juli 2017 sampai dengan Desember 2017.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan Resto Anda Sidoarjo
Periode Bulan Juli- Desember 2017

Bulan	Jumlah Penjualan
Juli	Rp115.222.000
Agustus	Rp118.129.000
September	Rp116.400.000
Oktober	Rp113.197.000
November	Rp117.399.000
Desember	Rp119.987.000

Sumber : Resto Anda Sidoarjo tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat jumlah penjualan bulan Juli 2017 sampai dengan bulan Desember 2017 mengalami fluktuasi atau ketidak ketetapan jumlah penjualan. Fenomena fluktuasi penjualan tersebut menjadi permasalahan Resto Anda agar mengevaluasi kembali variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik mengambil judul penelitian tentang "**Pengaruh Kualitas Peayanan, Fasilitas, Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Anda Sidoarjo)".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas, produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo ?

2. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo ?
3. Apakah secara parsial fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo ?
4. Apakah secara parsial produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo ?
5. Apakah secara parsial antara harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan perumusan masalah dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini dapat diharapkan mampu memberikan bukti secara empiris mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap manajemen pemasaran terutama mengenai kepuasan konsumen serta faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Anda Sidoarjo.

2. Manfaat Teoritis

a. Penelitian ini sebagai informasi dan bahan masukan atau ide serta gagasan pemikiraan atau sasaran dalam menemukan kebijakan kepuasan konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan dimasa yang akan datang.

b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan untuk mengembangkan wawasan ilmiah serta bahan pertimbangan bagi peneliti-peneliti dalam bidang kepuasan konsumen.