

BAB I

PENDAHULUAN

- **Latar Belakang Masalah**

Usaha restoran pada saat sekarang ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyak restoran asing cepat saji yang merambah di berbagai tempat. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa intensitas persaingan dalam bisnis restoran semakin kuat. Jenis restoran seperti ini umumnya berada di lokasi-lokasi strategis. Sehingga persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagaimana konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen.

Indonesia saat sekarang ini mengalami kemajuan dan berada pada kondisi stabil. Semakin berkembangnya jumlah industri, rivalitas industri juga akan kian tajam. Maka setiap perusahaan di Indonesia perlu selalu berusaha meningkatkan efisiensinya. Bertambah tinggi efisiensi akan bertambah besar kemampuan perusahaan modal yang dikeluarkan dan laba perusahaan itu sendiri. Perusahaan harus mampu berkompetensi dan mempertahankan bisnisnya dalam kondisi bisnis yang berat. Dengan perkembangan teknologi, pesaing baru, hukum dan peraturan pemerintah yang selalu berubah-ubah diharapkan nantinya perusahaan bisa bertahan dan terus bersaing untuk memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Secara signifikan aktifitas manusia pada masa sekarang mengalami peningkatan.

Semakin berkembangnya masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk dan mengakibatkan semakin banyak para pekerja pria maupun wanita yang menghabiskan waktu di luar rumah. Yang mendorong mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam

pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah, banyak wanita pekerja atau karir yang menghabiskan waktu diluar rumah, sehingga kesulitan dalam menjalankan aktivitas sebagai ibu rumah tangga termasuk menyediakan makanan bagi keluarga karena begitu banyak waktu yang dihabiskan diluar rumah. Oleh sebab itu, para pekerja lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan makannya diluar rumah. Karena dengan memilih membeli makanan diluar mereka memiliki banyak alternatif dalam memilih menu makanan yang mereka inginkan, selain untuk memenuhi kebutuhan makannya, mereka juga mencari tempat makan yang memiliki suasana yang nyaman. industri makanan yang menjadi pokok kebutuhan manusia untuk memenuhi segala aktifitasnya. Industri makanan mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sesuai kebutuhan dan gaya hidup manusia.

Gaya hidup manusia sekarang menginginkan semuanya yang praktis dan simpel. Dimana semua perusahaan berlomba-lomba untuk memanjakan konsumennya dengan fasilitas pelayanan yang membuat konsumen merasa nyaman. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus-menerus. Sehingga terjadi perubahan cara berpikir, termasuk dalam pemasaran dimana yang awalnya pemasaran berwawasan hubungan (*transactional marketing*) berubah menjadi pemasaran hubungan jangka panjang (*relationship marketing*).

Restoran sejenis maupun restoran biasa lainnya mulai bermunculan sehingga tingkat persaingan pun semakin kuat, baik dari segi penjualan, pelayanan, produk, harga dan fasilitas yang disediakan. (Yesenia & Siregar, 2016) Tingginya tingkat persaingan diantara restoran cepat saji, maka berbagai cara dilakukan oleh restoran-restoran cepat saji untuk memenangkan persaingan, diantaranya dengan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan. (Risnawati & Huda, 2016) Kepuasan dan ketidakpuasan atas produk dan layanan akan mempengaruhi pada perilaku konsumen selanjutnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

Setiap perusahaan yang didirikan tentunya memiliki harapan bahwa dikemudian hari usahanya akan mengalami perkembangan dan kemajuan yang pesat, serta memperoleh keuntungan yang maksimal. Pada persaingan era globalisasi seperti ini, penetapan harga yang kompetitif pada suatu produk merupakan hal yang penting. Perusahaan harus cermat dalam menetapkan harga pada setiap produknya, karena penetapan harga pada sebuah produk akan berdampak secara langsung atau berpengaruh terhadap tingkat permintaan produk tersebut.

Bagi para konsumen, harga bukan hanya sekedar nilai tukar barang atau jasa, tetapi konsumen selalu mengharapkan adanya timbal balik yang sesuai antara manfaat produk yang akan mereka terima dengan pengorbanan yang mereka keluarkan. (Bailia et al., 2014) Dengan kesediaan petunjuk-petunjuk yang bersifat nyata, konsumen mengasosiasikan harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk jasa yang tinggi pula.

Melalui penetapan harga yang lebih kompetitif diharapkan suatu produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan kemudian mengarahkan konsumen untuk melakukan pembelian. Penilaian konsumen terhadap harga dari suatu produk sangat mempengaruhi minat beli mereka pada produk tersebut, oleh sebab itu penetapan harga yang tepat pada sebuah produk perlu mendapatkan perhatian yang besar dari perusahaan. Konsumen tidak hanya sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya, konsumen akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, penuh perhatian sehingga akan timbul kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. (Ofela, 2016) Kualitas pelayanan ditentukan oleh konsumen sebagai pemakai jasa layanan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi persepsi konsumen tentang pelayanan yang dibutuhkan dan diinginkan, kemudian disesuaikan dengan pelayanan yang akan disediakan oleh restoran. Dengan demikian restoran selalu berusaha menyediakan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen sehingga mencapai kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain.

(CAHYA NUGRAHA, 2016). Kualitas produk yang disediakan oleh perusahaan juga sangat penting sebab kualitas dari produk tersebut dapat memberikan kesan baik dan memberikan kepuasan kepada konsumen yang menikmati D'Besto tersebut. Manajemen strategi yang akan digunakan oleh perusahaan dianggap sebagai satu tipe spesifik dari suatu perencanaan. (Haryanto, 2013) Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Akan menjadi percuma bila disebuah perusahaan penjual barang/jasa yang memiliki kualitas pelayanan prima diberbagai departemennya, namun perusahaan tersebut tidak mampu menjaga kualitas produknya, terutama bagi perusahaan dibidang restoran yang tidak menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas tinggi.

D'besto merupakan satu merek dagang untuk produk *fried chicken* dan burger yang sedang berkembang. Berdiri pada 21 tahun silam dibawah naungan UFC Grup. D'besto masih belum berada di tingkat pertama dalam pikiran masyarakat mengenai perusahaan yang

menjual produk ayam goreng krispi (*fried chicken*). Dalam 3 bulan terakhir omset d'besto mengalami naik dan turun. Dari segi pelayanan, d'besto sudah melayani sesuai dengan prosedur yang ada. Omset yang didapat pada saat akhir bulan mengalami kenaikan dan melebihi target dapat dilihat bahwa peminat d'besto tidak mengalami penurunan yang berpengaruh terhadap penjualan.

Selain produk dan harga ada dimensi lain yang sangat berpengaruh. Dari berbagai keunggulan yang ada, pelanggan masih mendapatkan keluhan dengan pelayanan yang ada, ini terbukti dengan kurangnya ketersediaan tisu sebagai pembersih atau sebagai alat pengering di wastafel. Karena d'besto tidak memiliki alat pengering seperti yang terdapat pada restoran pesaing lainnya. Hal ini penting diketahui oleh pihak restoran agar mampu meningkatkan kualitas pelayanan sehingga kepuasan konsumen mampu tercapai dengan baik. Sehingga d'besto masih perlu meningkatkan kualitas pelayanan agar masyarakat bisa memilih d'besto sebagai pilihan pertama ketika masyarakat ingin membeli produk *fried chicken*.

Usaha dari restoran cepat saji harus memiliki kualitas pelayanan yang baik. Pada restoran d'BestO dilihat dari produk, harga dan tempat sudah terlaksana dengan baik. Selain menawarkan produk, dan tempat yang baik, d'BestO juga menawarkan harga yang cukup murah dan terjangkau oleh masyarakat luas dibandingkan dengan restoran sejenis lainnya. (Winanda & Sriyanto, 2016) Dapat kita lihat dalam tabel 1.1 merupakan laporan penjualan pada bulan Desember 2020.

Tabel 1.1.
Laporan Penjualan D'Besto Bulan Desember

NO	TGL	JATI				ANDURING			
		TARGET	ACHIEVMENT	SELISIH	%	TARGET	ACHIEVMENT	SELISIH	%
		4.170.750	3.842.206	-328.545		7.806.671	7.183.831	-622.841	
SELASA	01-Dec-20	4.105.958	3.773.125	332.833	92	7.547.798	7.036.125	511.673	93
RABU	02-Dec-20	4.202.657	4.142.250	-60.407	99	6.985.348	7.857.000	871.652	112
KAMIS	03-Dec-20	3.769.474	4.044.375	274.901	107	7.266.341	6.253.500	1.012.841	86
JUMAT	04-Dec-20	4.006.761	3.512.750	494.011	88	7.216.644	7.499.875	283.231	104
SABTU	05-Dec-20	4.335.752	3.891.625	444.127	90	7.074.058	6.877.625	196.433	97
MINGGU	06-Dec-20	4.194.807	4.563.875	369.068	109	8.022.467	6.627.000	1.395.467	83
SENIN	07-Dec-20	7.169.280	3.439.875	3.729.405	48	8.398.673	7.398.000	1.000.673	88
SELASA	08-Dec-20	3.500.073	3.211.375	288.698	92	8.765.589	6.842.750	1.922.839	78
RABU	09-Dec-20	3.394.810	3.206.500	188.310	94	7.948.155	7.915.875	-32.280	100
KAMIS	10-Dec-20	3.787.672	3.848.125	60.453	102	7.754.015	7.217.500	536.515	93
JUM'AT	11-Dec-20	3.771.615	3.801.625	30.010	101	7.361.089	6.708.125	652.964	91
SABTU	12-Dec-20	3.858.680	2.700.375	1.158.305	70	7.040.153	6.722.375	317.778	95
MINGGU	13-Dec-20	4.305.065	4.372.750	67.685	102	7.435.865	7.355.625	-80.240	99
SENIN	14-Dec-20	3.869.028	4.256.875	387.847	110	8.247.726	7.667.625	580.101	93
SELASA	15-Dec-20	5.162.510	3.245.250	-	63	7.733.579	6.974.375	-	90

A	Dec -20			1.917.2 60				759.20 4	
RABU	16- Dec -20	4.190.525	3.467.875	- 722.65 0	83	7.931.435	7.078.125	- 853.31 0	89
KAMIS	17- Dec -20	3.611.759	3.922.250	310.49 1	10 9	7.683.882	6.416.500	- 1.267.3 82	84
JUM'A T	18- Dec -20	4.274.735	4.308.750	34.015	10 1	8.361.517	7.639.125	- 722.39 2	91
SABTU	19- Dec -20	3.363.410	3.149.375	- 214.03 5	94	6.612.393	8.302.000	1.689.6 07	12 6
MING GU	20- Dec -20	4.218.357	4.000.373	- 217.98 4	95	9.009.426	8.756.500	- 252.92 6	97
SENIN	21- Dec -20	4.160.552	3.843.000	- 317.55 2	92	8.799.959	7.465.875	- 1.334.0 84	85
SELAS A	22- Dec -20	7.510.403	1.529.000	- 5.981.4 03	20	9.694.028	6.696.375	- 2.997.6 53	69
RABU	23- Dec -20	3.875.451	4.009.875	134.42 4	10 3	8.535.686	7.794.750	- 740.93 6	91
KAMIS	24- Dec -20	3.298.825	3.778.875	480.05 0	11 5	5.891.565	7.301.875	1.410.3 10	12 4
JUM'A T	25- Dec -20	4.059.571	5.055.125	995.55 4	12 5	6.881.311	6.575.625	- 305.68 6	96
SABTU	26- Dec -20	3.585.354	3.433.875	- 151.47 9	96	7.600.746	7.543.875	-56.871	99
MING GU	27- Dec -20	4.039.946	4.008.125	-31.821	99	8.502.246	8.244.000	- 258.24 6	97
SENIN	28- Dec -20	3.913.631	4.629.375	715.74 4	11 8	7.130.721	7.534.375	403.65 4	10 6
SELAS A	29- Dec -20	4.105.601	3.840.750	- 264.85 1	94	7.730.142	7.773.125	42.983	10 1
RABU	30- Dec -20	3.809.795	4.363.750	553.95 5	11 5	8.387.991	4.916.875	- 3.471.1 16	59
KAMIS	31- Dec -20	3.841.196	5.757.250	1.916.0 54	15 0	8.456.265	5.706.375	- 2.749.8 90	67
TOTAL OMSET		129.293.2 53	119.108.373		94	242.006.8 13	222.698.750		94

KOTOR								
TOTAL OMSET BERSIH 1,1	117.539.3 21	108.280.339				220.006.1 94	202.453.409	
TOTAL OMSET PER BULAN								
TOTAL OMSET BERSIH								

Dari tabel di atas di simpulkan bahwa :

- Omset yang di dapatkan secara keseluruhan mengalami naik turun
- Dari segi pelayanan toko sudah melayani prosuder yang ada
- Omset yang di dapat pada saat akhir bulan melami kenaikan dan melebihi target
- Dapat dilihat bahwa peminat D besto ini tidak mengalami penurunan yang berpengaruh terhadap penjualan
- Untuk kualitas produk D besto konsisten terhadap rasa dan harga

Pada D'besto ini mencakup semua golongan yang diambil baik dari kalangan mahasiswa, anak sekolah, ibu rumah tangga, dan pegawai kantoran. Harga yang ditawarkan D'besto sangat bervariasi sehingga bisa dinikmati oleh banyak kalangan. Peningkatan produk serta pelayanan merupakan salah satu faktor penting untuk mendapatkan kepercayaan konsumen. Di beberapa restoran semacam ini, kadang juga disediakan tempat khusus bagi anak-anak untuk bermain, agar tidak mengganggu orang yang sedang menikmati makannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh **Bailia,dkk (2014)** yang telah melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-warung Makan Lamongan di Kota Manado”. (Bailia et al., 2014) Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh **Widjaja (2015)** telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Holland Bakery Boulevard* Manado. (Widjaja, 2015) Berdasarkan uraian

diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen D’Besto Kota Padang)”**

- **Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, maka diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut:

- Masih kurang tanggapnya restoran D’besto terhadap keluhan pelanggan
- Pelayanan terhadap pelanggan memerlukan waktu dalam penyelesaian pesanan
- Pelayanan yang diberikan restoran D’besto terkadang kurang memuaskan pelanggan
- Harga pada sebuah produk akan berdampak terhadap tingkat permintaan produk
- Tingkat harga yang tinggi dapat mempengaruhi minat beli konsumen
- Mengidentifikasi persepsi konsumen tentang pelayanan yang dibutuhkan dan diinginkan
- Meningkatkan kualitas produk agar dapat memuaskan konsumen

- **Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah dari penelitian ini yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan sebagai variabel bebas terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel terikat pada D’besto kota Padang.

- **Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah yang di uraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada D’besto Kota Padang pada tahun 2019?

- Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada D'besto Kota Padang pada tahun 2019?
- Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada D'besto Kota Padang pada tahun 2019?
- Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada D'besto Kota Padang pada tahun 2019?

- **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, penelitian ini sebagai berikut:

- Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada D'besto Kota Padang
- Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada D'besto Kota Padang
- Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada D'besto Kota Padang
- Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada D'besto Kota Padang.

- **Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Bagi Penulis
Untuk mempelajari serta memahami disiplin ilmu dibidang manajemen pemasaran khususnya mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan. Sekaligus melakukan penelitian secara langsung di lapangan, sehingga hasil ilmu yang telah diperoleh penulis pada bangku perkuliahan yang bisa diterapkan di lapangan.
- Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya serta secara teoritis diharapkan dapat menjadi sambungan ilmiah untuk dunia pendidikan khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.

- Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang dihadapi dan dapat digunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi kebijakan yang ditetapkan.

- Bagi Penelitian selanjutnya

Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebuah dasar dan juga bisa dikembangkan secara luas lagi mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.