

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, dunia usaha khususnya dalam bidang kuliner mengalami perkembangan yang semakin pesat. Persaingan yang ketat tentunya tidak dapat dihindarkan oleh para pelaku usaha yang memiliki usaha yang bersifat sejenis. Para pelaku usaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan yang tepat agar dapat mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Pelaku usaha harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana kebutuhan dan keinginan konsumen bisa dijadikan sebagai masukan agar pelaku bisnis dapat memberikan yang terbaik sehingga dapat mendatangkan kepuasan bagi konsumen. Dengan tercapainya kepuasan bagi konsumen, maka diharapkan akan timbul pembelian berulang, dimana pembelian berulang dapat menjadi pemicu dalam tercapainya tujuan perusahaan, sehingga diharapkan perusahaan dapat bertahan dalam persaingan dunia usaha.

Dalam menjalankan bisnis kuliner tentunya harus selalu memperhatikan faktor-faktor seperti harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, karena faktor-faktor tersebut merupakan bagian dari kepuasan konsumen. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya [1]. Maka dari itu, untuk mendatangkan kepuasan konsumen, perusahaan perlu memberikan harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk yang baik agar dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut [2]. Harga merupakan salah satu faktor dalam menentukan kepuasan konsumen. Harga yang tidak sesuai dapat menurunkan citra perusahaan. Pada umumnya, ada kelompok konsumen yang sensitif terhadap harga suatu produk barang atau jasa karena adanya perbedaan kemampuan daya beli. Kelompok konsumen tersebut akan selalu mempertimbangkan tinggi rendahnya

harga sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, akibatnya apabila ada harga pesaing yang lebih murah akan membuat konsumen berpindah dan ini merupakan ancaman bagi perusahaan. Oleh karena itu dalam strategi penetapan harga, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor seperti situasi pasar secara global dan perilaku konsumen sehingga strategi penetapan harga dapat terarah, efektif, sesuai dengan tujuan perusahaan atas produk yang dihasilkannya, dan tercapainya kepuasan konsumen. Adanya pendapat bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen didukung penelitian yang dilakukan oleh Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, dan Farlane S. Rumokoy (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado”, dimana hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen [3]. Pola perilaku dan penilaian konsumen kedepannya terhadap perusahaan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, dengan memahami hal apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, diharapkan perusahaan dapat memberikan nilai kualitas pelayanan yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen. Dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen dapat mendatangkan kepuasan bagi konsumen, sehingga dapat terjalin ikatan yang kuat antara konsumen dengan perusahaan. Terjalannya ikatan tersebut dapat mendorong konsumen untuk tetap menggunakan produk dari perusahaan, sehingga dapat meningkatkan *market share* dan tercapainya tujuan perusahaan. Adanya pendapat bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen didukung penelitian yang dilakukan oleh Zulkifli Harahap, Dino Leonandri, dan Enos Julvitra (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di 71st Omakase Restoran, Cikajang Jakarta”, dimana hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Lebih lanjut, kualitas produk juga turut berperan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan

memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan [4]. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan perlu menciptakan dan menawarkan produk yang berkualitas, karena kualitas produk itu sendiri yang nantinya akan dinilai oleh pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu untuk menawarkan produk yang berkualitas agar dapat tercapainya kepuasan konsumen sehingga dapat mendatangkan keunggulan bersaing. Adanya pendapat bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Khussnul Agestina dan Ika Susilowati (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Hanna Kebab Kebumen”, dimana hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Salah satu restoran yang menghadapi persaingan di dunia usaha kuliner adalah restoran yang berada di dalam *Woong Rame Restaurant & Resort*, yang berlokasi di Jalan Pantai Rame, Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Pada *Woong Rame Restaurant & Resort* terdapat penginapan, restoran, panggung (berada di dalam restoran) pondok, taman, tempat ibadah (yaitu Mushola dan Vihara), hingga fasilitas bermain. Pada restoran di *Woong Rame Restaurant & Resort* menyediakan beragam jenis menu makanan dan minuman, dengan menu *seafood* yang sebagai menu utamanya. *Woong Rame Restaurant & Resort* juga melayani tamu dari perusahaan sampai instansi pemerintahan yang ingin mengadakan acara.

Dari hasil pra survei yang dilakukan, untuk harga yang ditetapkan pada beberapa menu relatif mahal, misalnya harga untuk varian menu *alacarte* udang kelong adalah Rp 300.000,- untuk satu porsinya. Menurut pemilik restoran, harga yang diterapkan merupakan suatu kewajaran mengingat *Woong Rame Restaurant & Resort* merupakan tempat wisata yang berbentuk pantai, di mana pada umumnya produk-produk yang dijual di lokasi wisata relatif lebih mahal daripada harga pada umumnya dengan tujuan menciptakan kesan elit, menyesuaikan dengan harga para pesaing di sekitar *Woong Rame Restaurant & Resort* (yaitu restoran di Pantai Pondok Permai, Pantai Bali Lestari, dan *Theme Park & Resort*), dan tentunya ingin meraih keuntungan lebih. Menurut pemilik restoran, harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, misalnya restoran menggunakan bahan udang kelong kelas A untuk membuat menu *alacarte* udang kelong. Hal ini

cukup menarik untuk diteliti, sebab harga yang ditetapkan haruslah sebanding dengan kualitas produk yang diberikan agar tidak menurunkan citra Restoran Woong Rame itu sendiri.

Dalam melayani konsumen mestinya dilakukan dengan baik, mulai dari tamu datang hingga selesai berkunjung. Dari hasil pra survei dan pengamatan penulis, mulai dari memasuki gerbang utama, tamu akan diarahkan menuju restoran yang berada di dalam *Woong Rame Restaurant & Resort*. Tamu akan disambut dengan senyuman oleh pelayan yang berada di depan restoran dan dituntun menuju meja yang tersedia dan kemudian akan diberikan menu restoran. Tamu tidak perlu untuk pergi ke kasir untuk melakukan pembayaran, karena bisa dibayarkan kepada pelayan yang akan menuju meja tamu. Para pelayan juga akan mengucapkan terima kasih kepada tamu yang telah selesai berkunjung. Di samping itu, penulis juga mendapatkan bahwa ada petugas yang berjaga di area tempat parkir yang berlokasi di depan restoran untuk memastikan kendaraan tamu aman. Kemudian, Restoran Woong Rame juga menjamin bahwa masakan yang ditawarkan adalah halal sehingga aman untuk dikonsumsi bagi tamu yang beragama Islam. Terkadang para pelayan juga sedikit kewalahan dan kurang tanggap melayani di saat banyak tamu yang berkunjung. Kekurangan seperti inilah yang bisa berakibat tidak tercapainya ekspektasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang yang diberikan, yang nantinya bisa berakibat terhadap penurunan tingkat kepuasan konsumen.

Menu makanan dan minuman yang disajikan diharapkan memiliki cita rasa, kesegaran, dan tampilan yang baik. Dari hasil pra survei yang dilakukan, Restoran Woong Rame menawarkan menu masakan yang bervariasi. Misalnya, untuk menu udang kelong atau udang swallow, pilihan penyajiannya terdiri dari asam manis, goreng lada hitam, mentega, telur asin, bakar, goreng nestum, mentega telur, udang mabuk, cabe hijau, goreng tepung, saus Thailand, goreng biasa, goreng tepung Korea, dan stim. Kemudian peneliti juga menemukan bahwa pelayan menggunakan sarung tangan saat mengantar masakan kepada tamu, sehingga memberikan kesan kualitas masakan Restoran Woong Rame yang baik dan aman untuk dikonsumsi. Dalam usaha menjaga kualitas masakan, Restoran Woong Rame mempekerjakan para koki yang berpengalaman agar dapat menawarkan menu masakan dengan citarasa yang enak dan dapat menggugah selera. Disamping itu, peneliti mengamati

bahwa menu masakan yang dihidangkan memiliki tampilan yang biasa saja dan tidak memiliki keunikan. Pemilik restoran berpendapat bahwa faktor penyebabnya adalah bisa jadi karena piring yang digunakan cenderung berwarna hijau tua dan sedikit pucat yang bisa jadi berdampak pada tampilan masakan itu sendiri.

Sejauh pengamatan penulis, faktor-faktor berupa harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk pada Restoran Woong Rame ada yang memuaskan dan kurang memuaskan bagi sebagian kalangan konsumen. Adanya tamu yang melakukan *repeat order* hingga beberapa kali dan merekomendasikan *Woong Rame Restaurant & Resort* kepada relasinya menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Ada juga beberapa tamu yang mengeluhkan mengenai harga, kualitas produk dan pelayanan kurang memuaskan.

Dengan melihat latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Woong Rame”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Woong Rame?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Woong Rame?
- 3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Woong Rame?
- 4) Apakah harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Woong Rame?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Woong Rame”** adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).
- 2) Variabel bebas adalah Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kualitas Produk (X_3).
- 3) Objek penelitian adalah konsumen Restoran Woong Rame yang berlokasi di Jalan Pantai Rame, Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara.
- 4) Tahun perolehan data adalah bulan Juni 2020 s.d. Juli 2020.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Woong Rame.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Woong Rame.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Woong Rame.
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Woong Rame.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi berbagai pihak antara lain sebagai berikut:

- 1) Manfaat teoritis
Memberikan masukan kepada Restoran Woong Rame dalam menetapkan kebijakan harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk yang mampu memberikan kepuasan bagi konsumen.
- 2) Manfaat praktis
Memberikan masukan bagi Restoran Woong Rame dan bisnis sejenis dalam menyelesaikan masalah-masalah yang berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk yang mungkin dapat mempengaruhi jumlah pembelian konsumen.

1.6. Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh: Iis Maulidah, Joko Widodo, dan Mukhamad Zulianto (2019), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember” [5]. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

- 1) Pada penelitian terdahulu menggunakan dua variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), sedangkan penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kualitas Produk (X_3). Adapun alasan peneliti menambahkan harga sebagai variabel bebas adalah dalam menawarkan produk, harga menentukan daya beli konsumen sehingga terjadi pembelian. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga [6]. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen [7].
- 2) Objek penelitian terdahulu adalah pada Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sedangkan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada Restoran Woong Rame.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL