

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia usaha akhir-akhir ini sangat berkembang dengan pesat, dikarenakan banyaknya bermunculan ide-ide kreatif dan inovatif di lingkungan masyarakat. Seiring dengan tumbuhnya ide-ide tersebut maka persaingan semakin kompetitif, terutama persaingan dari usaha yang menghasilkan produk-produk yang sejenis. Oleh karena itu, usaha bisnis harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan segala sesuatu yang berkaitan dengan konsumen harus diperhatikan semaksimal mungkin agar perusahaan mampu mencapai keuntungan yang optimal serta menghasilkan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Dalam menciptakan kepuasan konsumen terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, diantaranya citra merek, kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan.

Telurgulungku Di Fun Taste Street Adam Malik merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan. Berikut ini adalah penjualan Telurgulungku Di Fun Taste Street Adam Malik pada tahun 2018 sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Penjualan Telurgulungku di Fun Taste Adam Malik pada tahun 2018

Bulan	Penjualan
Agustus	19.920.000
September	18.260.000
Oktober	16.845.000
November	14.410.000
Desember	13.645.000

Sumber: Telurgulungku Di Fun Taste Street Adam Malik

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa penjualan Telurgulungku Di Fun Taste Street Adam Malik pada bulan Agustus tahun 2018 sebesar Rp.19.923.000 dan terjadi penurunan sampai bulan Desember sebesar 13.645.000. Hal ini diduga disebabkan

oleh beberapa faktor diantaranya citra merek yang masih lemah , kualitas produk , promosi dan kualitas pelayanan.

Citra merek suatu produk memiliki peran memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi produk yang bermanfaat bagi mereka. Oleh karena itu suatu usaha harus berusaha membentuk citra merek yang baik dipandangan konsumen. Nama merek membantu konsumen mengidentifikasi produk yang memberikan manfaat bagi mereka. Citra merek adalah keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Dengan terciptanya citra merek yang baik dan positif dari suatu produk maka akan berpengaruh terhadap kebanggaan dan kepercayaan diri konsumen ketika memilih produk, sehingga konsumen akan merasa lebih puas dengan apa yang telah diberikan oleh produk tersebut [1]. Menurunnya penjualan Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik menunjukkan bahwa terdapat beberapa indikasi masalah pada Telurgulungku Di Fun Taste Street Adam Malik diantaranya munculnya usaha yang sejenis seperti Telurgulung Nusantara memiliki 2 outlet sehingga konsumen mempunyai banyak pilihan merek yang beraneka ragam. Merek sangat memegang peranan penting bagi keberhasilan produk dalam merebut pangsa pasar. Keberhasilan produk dalam menarik konsumen dapat menjelaskan bahwa citra merek yang baik bisa memberikan kepuasan konsumen pada produk yang digunakan. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [2] Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [3]. Namun berbeda dengan hasil penelitian terdahulu bahwa citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen [4].

Secara garis besar produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Penerimaan produk dengan kualitas yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi daripada penerimaan produk dengan kualitas yang lebih rendah.

Produk yang ditawarkan oleh Telurgulungku Di Fun Taste Street Adam Malik kepada konsumen diantaranya, seperti kualitas produk, dimana saat ini kualitas produk

Telurgulungku Di Fun Taste Street Adam Malik dari segi rasa kalah dari pesaing yang sejenis, karena produk pesaing lebih legit bagi para penikmat telurgulung. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada enam elemen dari kualitas produk, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reliability* dan *consistency*, sehingga hal ini akan berdampak pada kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [2]. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan hasil penelitian terdahulu bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen [5].

Dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan memperkenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli produk maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, dimana semakin baik promosi tentunya akan meningkatkan kepuasan konsumen. Betapapun bagusnya suatu produk yang diberikan perusahaan jika konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin produk itu berguna bagi konsumen maka konsumen tidak akan menggunakan produk tersebut [6]. Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik masih juga kurang gencar dalam melakukan promosi, seperti melalui media sosial, media elektronik dan media cetak. Telurgulungku lebih fokus pada promosi yang dilakukan melalui sales di lapangan. Sementara pesaing sejenis sudah melakukan promosi dengan melalui media sosial. Promosi pada hakikatnya semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah keberadaannya, untuk mengubah sikap maupun untuk mendorong orang untuk bertindak atau menggunakan produk tersebut, sehingga hal ini akan berdampak pada kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [2]. Namun berbeda dengan hasil penelitian terdahulu

bahwa promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen [7].

Kebanyakan layanan yang ditawarkan lebih hanya sekedar melengkapi informasi tentang barang dagangan yang ditawarkan, dan sekaligus memberikan keyakinan bahwa lebih mudah menempatkan pelanggan dalam aktivitas pembelian produk dan jasa. Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik mampu memberikan rasa puas dalam benak pelanggan sehingga pelanggan tidak akan berpindah kepada produk lain [8]. Menemukan hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas pelayanan dengan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Unsur kepuasan lain yang penting adalah adanya dukungan terhadap produk atau layanan yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang [6]. Dari segi pelayanan Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik belum memahami apa yang diinginkan konsumennya, dimana seorang konsumen merasa lama menunggu pesannya, sehingga membuat konsumen menjadi kecewa. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik mampu memberikan rasa puas dalam benak pelanggan sehingga pelanggan tidak akan berpindah kepada produk lain. Sekaligus akan merekomendasikan usaha atau produk tersebut kepada orang lain termasuk relasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan hasil penelitian terdahulu bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen [9].

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik”.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik?
5. Apakah citra merek, kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik?

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup yang ditetapkan dalam penelitian ini sebagai upaya untuk pembahasan yang lebih spesifik, yaitu:

1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.
2. Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan.
3. Objek penelitian adalah Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik.
4. Periode pengamatan Desember tahun 2018 hingga April 2019.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh citra merek, kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen serta menjadi bahan kajian lebih lanjut

2. Manfaat Praktis

Sebagai masukan dan pertimbangan tentang meningkatkan kepuasan konsumen dari segi citra merek, kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan.

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu dengan judul “Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional (Survey Pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kab. Sangihe)” [10].

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

1. Variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu yaitu citra merek, kualitas produk, dan promosi. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti menambahkan kualitas pelayanan. Alasannya karena seorang konsumen merasa lama menunggu pesannya, sehingga membuat konsumen menjadi kecewa. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik mampu memberikan rasa puas dalam benak pelanggan sehingga pelanggan tidak akan berpindah kepada produk lain. Sekaligus akan merekomendasikan usaha atau produk tersebut kepada orang lain termasuk relasi [11].
2. Objek penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kab. Sangihe, sedangkan penelitian ini adalah Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik Medan.

3. Periode pengamatan peneliti terdahulu yaitu tahun 2013. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan periode pengamatan Desember tahun 2018 hingga April 2019.

