

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi dunia bisnis saat ini dituntut untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan permintaan masyarakat yang begitu dinamis. Segala tuntutan ini membuat pelaku usaha harus mampu membaca peluang ditengah persaingan usaha yang begitu pesat untuk dapat bertahan. Perkembangan dunia usaha sekarang ini terus mengalami peningkatan yang cukup cepat. Hal ini bisa dilihat dengan semakin banyaknya usaha- usaha yang berdiri, baik yang berskala kecil maupun yang berskala besar. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha harus mampu terus Bersaing dan bertahan melawan banyak nya peasing yang ada. Banyaknya perusahaan - perusahaan baru dalam dunia usaha yang bersaing dapat menjadikan kondisi persaingan antar perusahaan berlangsung semakin ketat. Untuk meningkatkan persaingan, masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang terus berubah, Kotler (2017).

Persaingan bisnis hampir terjadi pada semua jenis usaha, termasuk pada bisnis kuliner. Bisnis Kuliner bukan hanya dituntut menciptakan masakan yang enak tetapi harus mampu menciptakan nilai tambah yang lain dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Bisnis kuliner bukan hanya sekedar menawarkan makanan saja, tetapi harus mampu memberikan suasana yang menyenangkan, untuk membuat para pengunjung betah menikmati makanan dan menjadi tempat menghabiskan waktu bersama keluarga maupun kerabat yang menyenangkan. Wijaya (2017) dalam penelitiannya pada Restoran Yoshinoya di Galaxy Mall Surabaya juga mengemukakan hal yang sama bahwa kualitas makanan sudah diterima secara umum sebagai salah satu faktor yang mendasar dari keseluruhan pengalaman di restoran. Kepuasan yang dialami konsumen dapat menjadi tolok ukur bagi perilaku pembeli pasca pembelian (Iskandar & Wardhana, 2016). Pembeli yang merasa puas akan cenderung melakukan pembelian kembali di masa depan (Kotler, 2016, p.200).

Kualitas makanan juga dapat menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen dalam menentukan kepuasannya. Kualitas merupakan titik awal bagi perusahaan dalam merebut pangsa pasar begitu juga pada bisnis kuliner. Suatu bisnis kuliner akan mencapai tingkat keberhasilannya apabila bisnis tersebut dapat mempertahankan kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dilihat juga dari sejauh mana kinerja suatu produk yang dirasakan

cocok dengan harapan pelanggan, sehingga dapat menimbulkan perasaan senang atau perasaan kecewa yang dirasakan oleh seorang pelanggan (Saputra Dkk, 2016).

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Dalam mempertahankan para konsumen, pihak perusahaan harus memaksimalkan kualitas pelayanannya, supaya konsumen merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan kepada mereka Riadi, M., & Kamase, J. (2021). Karena itu, kepuasan konsumen merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh pihak perusahaan Keberhasilan pemasaran pada suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil didapatkan, namun juga pihak perusahaan atau pelaku bisnis harus memikirkan dan mengetahui cara mempertahankan konsumen tersebut Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen. (Kotler & Lane, 2012) dalam Tjiptono (2017) menjelaskan kepuasan pelanggan adalah seberapa besar perasaan seseorang dengan membandingkan kinerja atau layananyang diperoleh apakah sesuai dengan harapan mereka.. (Tjiptono, 2014) kepuasan konsumen yaitu situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah menilai hasil perbandingan antara kinerja barang atau jasa yang diterima dan yang diinginkan. Menurut Hibatullah dan Tjahjaningsih (2023), kepuasan pelanggan adalah hasil dari perbandingan antara yang terjadi dan yang diharapkan pelanggan saat menggunakan jasa atau barang.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Saat ini konsumen memiliki kekuatan yang besar dalam menentukan produk atau barang apa yang mereka inginkan dan juga bagaimana penilaian mereka terhadap merek yang dikonsumsi. (Kotler & Armstrong, 2015:354) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen

Selain ditinjau dari kualitas suatu produk, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Definisi harga menurut (Kotler & Armstrong, 2015:439) adalah sejumlah uang yang akan dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah

dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat –manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Jadi apabila perusahaan menetapkan harga yang rendah dengan manfaat produk yang baik maka pelanggan akan merasa puas..

Warung Estu mulyo menyediakan menu makanan nasi Dengan harga yang terjangkau Tidak hanya menyediakan Nasi rawon, ada juga nasi pecel dengan berbagai makan lauk yang bisa di pilih

Tabel 1. 1 Daftar Harga Warung Estu Mulyo

No	Nama	Harga
1	Nasi Rawon	Rp13.000
2	Nasi Rawon Dendeng/Paru	Rp.18.000
3	Nasi Rawon Telur Asin	Rp.17.000
4	Nasi Pecel	Rp.9000
5	Nasi Pecel Telur Bali/Asin/Ayam	Rp.13000
6	Nasi Pecel Dendeng	Rp.13.000
7	Nasi Pecel Paru	Rp.16.000
8	Dendeng	Rp. 7000
9	Teh anget	Rp. 2000
10	Es teh	Rp.3000
11	Es jeruk	Rp.4000
12	Jeruk Hangat	Rp.3000

Sumber: Data diolah Estu Mulyo 2024

Berdasarkan Tabel 1.2 pendapatn tempat makan Estu Mulyo bisa di katakan stabil tergantung Data tersebut menunjukkan pendapatan estu mulyo stabil dan terjamin. Namun di perlukan juga suasana tempat yang baru di karenakan tempat tersebut sangat biasa untuk makan di tempat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pentingnya dilakukan penelitian untuk mengetahui pentingnya informasi tentang pengaruh suasana Kualitas layanan dan makanan terhadap UMKM. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh suasana dan kualitas makanan dan layanan terhadap kepuasan konsumen Estu Mulyo.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut Kotler & Keller dalam Setiawan, dkk (2016:3), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kepuasan konsumen ini

juga ada dorongan akan tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan dewasa ini yang semakin meningkat.

Tabel 1. 2 Pendapatan Warung Estu Mulyo 2023

No	Bulan	Omset
1	Januari	30jt
2	Februari	23-25 jt
3	Maret	20-21jt
4	April	20jt
5	Mei	26jt
6	Juni	19jt
7	Juli	33jt

Sumber: Data diolah Estu Mulyo 2024

Study yang di lakukan (nuryani,2016) yang menjadi rujukan dalam penelitian ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan service quality. Penelitian yang di lakukan oleh dewi(2017) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel keandalan, daya tanggap, keyakinan, empati dan bukti fisik

Berdasarkan uraian di atas maka pokok permasalahan yang di rumuskan adalah :

- a. Apakah suasana berpengaruh signifikan terhadap konsumen Warung Estu Mulyo?
- b. Apakah kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Estu Mulyo?
- c. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Estu Mulyo?
- d. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Warung Estu Mulyo

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh suasana terhadap kepuasan pelanggan Warung Estu Mulyo
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah Kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Estu Mulyo
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Estu Mulyo

4. Untuk menguji dan menganalisis apakah Presepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Estu Mulyo

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

- a. Memperkaa khasanah ilmu pengetahuan mengenai aplikasi ilmu manajemen, terutama yang berkaitan dengan bidang studi manajemen pemasaran, yang berhubungan dengan kualitas layanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan
- b. Bahan informasi dan masukan positif bagi usaha bisnis sebagai dasar layanan terhadap kualitas jasa yang lebih baik di masa yang akan datang
- c. Sebagai sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan literature untuk menambah wacana baru bagi dunia akademik



