

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan dunia bisnis berkembang dengan sangat pesat, salah satunya di bidang bisnis kuliner atau rumah makan. Salah satu kota yang memiliki potensi bisnis kuliner yang cukup besar adalah kota Solo. Melihat kondisi penduduk di Kota Solo semakin padat, usaha industri restoran atau rumah makan merupakan peluang bisnis yang menjanjikan dimasa sekarang. Tak hanya kedai sederhana atau rumah makan kelas menengah, jumlah rumah makan kelas menengah atas juga meningkat (Septiyaning, 2016).

Tabel 1.1

Perkembangan jumlah penduduk di Kota Solo tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah penduduk
2016	250.299 jiwa
2017	251.490 jiwa
2018	252.345 jiwa
2019	253.890 jiwa
2020	255.099 jiwa

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah penduduk di kota Solo mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan tingginya pertumbuhan penduduk di kota Solo merupakan pangsa pasar yang

besar bagi bisniskuliner karena setiap penduduk adalah konsumen yang melakukan kegiatan konsumsi. Salah satu kota destinasi wisata kuliner di Indonesia adalah kota Solo. Julukan tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah restoran yang ada di kota solo dari waktu ke waktu semakin bertambah. (Septiyaning, 2016).

Rumah Makan merupakan salah satu industri jasa dimana setiap pengusaha rumah makansaling bersaing menawarkan kualitas produk dan layanan yang maksimal kepada konsumen yang datang. Selain menawarkan kualitas produk, sebuah rumah makan juga harus bisa memberikan sesuatu yang berbeda dari rumah makan lain yang dapat membuat nilai tambah bagi usahanya. Sebuah rumah makan harus dapat membangun dan menjaga kredibilitasnya agar setiap pelanggan yang datang mempunyai kesan yang positif bagi rumah makan tersebut dan nantinya akan dapat memberikan emosi dan kepuasan bagi pelanggan.

Tabel 1.2

Jumlah Rumah Makan di Kota Solo tahun 2012-2016

Tahun	Jumlah Rumah Makan
2014	320
2015	859
2016	859

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Solo, 2016

Berdasarkan tabel 1.2 data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Solo mencatat bahwa, jumlah pertumbuhan restoran pada tahun 2014

sebanyak 320 dan pada tahun 2015 jumlah restoran naik sekitar 250% menjadi 859. Akan tetapi pertumbuhan jumlah restoran pada tahun 2016 tidak ada perubahan atau tetap pada angka 859. Padahal tren kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Solo pada tahun 2016 meningkat (Disbudpar, 2016). Hal ini berarti persaingan dalam dunia bisnis kuliner di kota Solo semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Sekian banyak rumah makan yang ada di Kota Solo, salah satunya adalah Rumah Makan Tradisional Taman Sari merupakan salah satu rumah Makan Tradisional yang didirikan oleh ibu Ismail pada tahun 2006, rumah makan ini terletak di pinggir jalan Jl. Adisucipto No.168, Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah. Rumah makan ini menyediakan berbagai macam jenis makanan dengan cara prasmanan cara penyajian makanan ini dengan meletakkan makanan pada meja panjang dan pengunjung mengambil sendiri

menu yang diinginkan. Daftar menu makanan prasmanan terdiri dari berbagai variasi makanan mulai dari lauk dan sayuran-sayuran. Rumah makan Taman Sari ini juga menyediakan berbagai jenis minuman dingin maupun panas yang bisa dinikmati oleh konsumen.

Harga yang ditawarkan oleh Taman Sari juga terjangkau oleh konsumen dan variatif. Menu makanan dan minuman juga beragam, khususnya masakan jawa yang menjadi andalan mereka. Selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik rumah makan ini.

Konsep yang ditawarkan Taman Sari merupakan tradisional Jawa. Selain menjual menu-menu tradisional masakan jawa seperti sayur asem dan lodeh, Taman Sari juga menawarkan suasana yang berbeda dari tempat lain. Taman Sari memiliki keunikan dari segi bangunan yang mudah dikenali melalui ciri khas eksterior tradisional Jawa dengan bangunan yang luas dibelakang rumah makan yang sekaligus dijadikan parkir bus pemiliknya. Kekhasan Taman Sari lainnya juga dapat terlihat dari interior bangunan yang dapat dilihat dari warna ruangan yang cenderung senada yaitu warna coklat (monokromik).

Untuk semua menu yang disajikan di Taman Sari adalah menu tradisional masakan jawa, seperti sayur lodeh, sayur asem, gudeg dan lauknya antara lain kakap mangut, ayam goreng kampung dan pepes tongkol. Sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi

semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produknya, harga produk maupun jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, harga produk serta pelayanan yang ada di rumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada kualitas produk yang terbaik, harga yang terjangkau dan pelayanan yang terbaik pula.

Menurut Septhani (2011) kualitas produk sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Menurut Kotler (2012) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi fungsinya. Dapat disimpulkan bahwa produk yang semakin memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen akan semakin berkualitas. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk, dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan konsumen juga akan terpenuhi. Maka semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap suatu produk semakin banyak juga produk yang terjual.

Adapun adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan

konsumen didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang berjudul “*The Influence of Product Quality, Facility and Service Quality Towards Customer Satisfaction: Case Study on Customer Satisfaction of Warung Apung Maritim Food Stall, West Surabaya*” (Endang dan Endah, 2017). Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif atau signifikan atas kepuasan pelanggan, di mana peningkatan kualitas produk akan menghasilkan suatu peningkatan kepuasan pelanggan. Artinya pada saat memutuskan pembelian maka konsumen sudah mempertimbangkan faktor kualitas produk dimana harapan dan kenyataan yang diinginkan konsumen memberikan hasil yang sebanding terhadap produk yang diinginkannya.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Dengan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan akan memberikan kepuasan kepada konsumen maka konsumen yang puas dan loyal tersebut akan melakukan *repeat buying* dan *word of mouth* yang akan menarik pembeli baru (Widjojo, 2010). Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Kualitas pelayanan

yang baik akan membuat pelanggan merasa puas. Dengan demikian akan menguntungkan bagi perusahaan, karena pelanggan yang merasa puas nantinya akan kembali lagi.

Adapun adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Windarti dan Ibrahim (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang– Pekanbaru)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen begitupun sebaliknya. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen perlu melakukan strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari konsumen.

Selain itu, harga juga merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Gunawan,2012). Harga merupakan satusatunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran) (Tjiptono, 2008:151). Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan karena setiap harga

yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut.

Adanya pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumendidukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (Razak, et al 2016) dengan judul *“The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa bagaimana pelanggan mempersepsikan harga tertentu, di mana harga produk yang sangat rendah dapat berdampak signifikan kepuasan pelanggan. Kewajaran harga akan mempengaruhi persepsi pelanggan dan pada akhirnya akan mempengaruhi kesediaan mereka untuk menjadi pelanggan karena mereka puas terhadap produk.

Hafasnuddin dan Shabri (2012) menerangkan bahwa kepuasan konsumen adalah faktor penentu kesuksesan dan kelangsungan bisnis. Semakin banyak konsumen setia yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut akan sukses dan bertahan lama. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali

kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Faktor kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Mendasar pada penjelasan sebelumnya bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan maka dalam penelitian ini akan dikaji secara lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Tradisional Taman Sari Solo”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan tradisional Taman Sari Solo?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan tradisional Taman Sari Solo?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan tradisional Taman Sari Solo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengukur pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan tradisional Taman Sari Solo.

2. Untuk mengukur pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan tradisional Taman Sari Solo.
3. Untuk mengukur persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan tradisional Taman Sari Solo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis khususnya terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil uji empiris dalam penelitian ini diharapkan mampu memperkuat teori yang telah ada sebelumnya. Disamping itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat topik sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Rumah Makan Tradisional Taman Sari Solo dapat mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan volume penjualan. Sehingga pihak rumah makan dapat kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga dengan tujuan meningkatkan volume penjualan. Serta sebagai pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam membuat kebijakan dan mengambil keputusan

strategi untuk meningkatkan volume penjualan yang berimbas pada meningkatnya kepuasan konsumen.