

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia kuliner baik yang berorientasi pada makanan pada saat ini berkembang pesat. Hal ini membuat para pengusaha dalam bidang ini berlomba untuk menjadi yang terdepan dalam bidangnya, dan hal ini pula yang memacu para pengusaha kuliner untuk menetapkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan perusahaan tersebut. Keadaan ini tampak dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam pernyataan visi dan misi. Pada era globalisasi saat ini, usaha-usaha yang bergerak dalam bidang bisnis kuliner harus mempunyai cara dan ciri khas tertentu dalam melakukan sebuah jasa pelayanan untuk menjaga kepuasan konsumen agar keinginan mereka dapat terpenuhi, yaitu dengan cara memenuhi dan mewujudkan setiap keinginan dan harapan dari konsumen dengan berbagai macam strategi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Hal ini berarti kinerja dari barang dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan yang konsumen harapkan. Konsumen akan terpuaskan apabila pada perusahaan tersebut mempunyai kualitas yang baik dalam produk maupun dalam pelayanan, juga mempunyai harga yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Banyaknya pesaing bisnis yang serupa dapat menjadikan sebuah tantangan bagi para pengusaha tersebut untuk dapat bersaing sehat dengan para pengusaha

lainnya agar usahanya tersebut tidak mengalami penurunan konsumen. Penurunan dengan baik. Apabila pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan tersebut tidak akan kembali lagi pada perusahaan tersebut, dan itu semua bisa mengakibatkan adanya penurunan jumlah pelanggan.

Penurunan jumlah pengunjung yang terjadi di Rumah Makan Iga Bakar di Bandung disebabkan karena adanya faktor ketidakpuasan yang terjadi pada konsumen .

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen Rumah Makan Iga Bakar di Bandung

Rumah makan	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	% perubahan selama 6 bulan
Iga bakar Mas Giri	5500	4300	4700	4500	4600	5300	-3,64
Iga Bakar Jogja	1323	1379	1299	968	1118	971	-26,60
Iga Bakar Penyet	2400	2300	2250	1900	2000	1700	-29,17
Iga bakar Jangkung	1920	2391	3436	3185	2983	2890	33,56
Super iga	4640	4460	4790	4600	4525	4125	-11.1
Jumlah							-36,95

Sumber: data di olah pada 2011

Berdasarkan gambar 1.1 di atas mengenai jumlah konsumen yang datang pada Rumah Makan Iga Bakar di Bandung, mulai dari bulan Maret – Agustus 2011 cenderung rata-rata mengalami penurunan pengunjung.

Penurunan jumlah pengunjung ini diduga karena kualitas produk yang kurang baik. Hal tersebut karena pihak Rumah Makan Iga Bakar yang kurang maksimal dalam melayani konsumen, harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, dan kurang maksimal dalam pelayanan sehingga konsumen tidak merasa puas. Dengan adanya penurunan jumlah pengunjung ini diduga juga bahwa konsumen yang datang ke Rumah Bakar Iga di Bandung merasa tidak puas.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Ratnasari, 2011:117) menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau jasa yang sesuai dengan harapan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh

bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah, akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan landasan teori di atas, maka untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut peneliti melakukan studi kelayakan terhadap beberapa Rumah Makan Iga Bakar dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Respon Konsumen Rumah Makan Iga Bakar di Bandung

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Kualitas Produk	20	66,66 %
Kualitas Pelayanan	25	83,33 %
Emosional	3	6,66 %
Harga	17	56,66 %
Biaya	5	16,66 %

Sumber : Pra penelitian Juli 2011

Berdasarkan permasalahan yang ada, dari kuisioner yang diberikan kepada konsumen dapat di lihat hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu

kualitas produk dengan 66,66%, harga dengan 56,66% dan kualitas pelayanan dengan 83,33%. Maka penulis tertarik untuk mengambil judul ***“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Iga Bakar di Bandung ”***.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Iga Bakar di Bandung?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Iga Bakar di Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Iga Bakar di Bandung?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumh Makan Iga Bakar Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Iga Bakar di Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Iga Bakar di Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

konsumen pada Rumah Makan Iga Bakar di Bandung.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Iga Bakar

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perluasan ilmu serta sebagai bahan kajian untuk pengembangan selanjutnya mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dan sebagai sarana untuk menerapkan dan memadukan pengetahuan yang diperoleh dengan praktek yang sesungguhnya serta sebagai syarat menempuh strata satu (S1) pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan data atau informasi serta sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku usaha Rumah Makan Iga Bakar di Bandung. Penelitian ini dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dengan peningkatan kualitas usahanya pada produk, harga dan juga kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini pun diharapkan dapat membantu seluruh pihak yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini serta dapat digunakan sebagai pembanding untuk penelitian sejenis.