

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis, perubahan pada dunia bisnis ditandai dengan gaya hidup dan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Sehingga pemasaran menjadi sangat diperlukan untuk mendorong kemajuan bisnis. Ketatnya persaingan mendorong para pelaku bisnis untuk menonjolkan keunikan pada produk dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan pada produk dan jasa yang ditawarkan. Kebutuhan manusia akan pangan menjadi salah satu kebutuhan yang utama, seiring dengan berkembangnya masyarakat modern saat ini, maka pada umumnya terkait dengan aktivitas yang semakin meningkat, serta aktivitas kerja yang begitu sibuk. Hal tersebut menyebabkan semakin banyak para pekerja yang lebih banyak menghabiskan waktunya diluar rumah untuk mencari makanan atau minuman sebagai pemenuhan kebutuhan. Melihat kondisi seperti ini, beranggapan bahwa untuk membeli makanan atau minuman di luar rumah lebih praktis, dan selain untuk membeli makanan, tentunya pemilihan tempat makan dengan suasana yang nyaman menjadi daya tarik bagi konsumen.

Bisnis pada bidang kuliner, yaitu pada bidang makanan menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis, karena makanan termasuk pada kebutuhan utama bagi setiap orang. Surabaya merupakan salah satu kota besar dengan jumlah penduduk yang cukup banyak, para pebisnis melihat masih adanya potensi bisnis yang ada di Surabaya yaitu dengan membuka usaha tempat

makan. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah restoran di Surabaya yang berkembang dengan cepat. Jumlah restoran yang semakin banyak menyebabkan bertambahnya pilihan bagi konsumen, oleh karena itu restoran dalam menghasilkan produk sebaiknya disesuaikan dengan selera konsumen yang selalu berubah dan berkembang agar dapat memuaskan konsumennya.

Bisnis di bidang restoran pada mulanya telah banyak restoran yang sudah terkenal di Surabaya, seperti Wapo Resto, Ayam Bakar Primarasa, Ayam Tulang Lunak Malioboro dan Ikan Bakar Cianjur. Namun melihat fenomena banyaknya konsumen yang berminat untuk berkunjung ke restoran, yaitu untuk pemenuhan kebutuhan utama yaitu dengan membeli makanan atau minuman secara praktis. Menurut Remiasa dan Lukman (2012), pada saat ini restoran ataupun cafe menjadi pergeseran fungsi yang lebih sering digunakan untuk berkumpul, bersosialisasi dan bertukar pikiran. Sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Maka kondisi inilah yang menjadikan restoran semakin bertambah, dengan bermunculnya usaha kuliner yang dimulai dari skala kecil seperti warung dan cafe tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan cafe, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran.

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang benar benar menerapkan manajemen pemasaran, karena pelanggan yang kepuasannya terpenuhi akan melakukan tindakan-tindakan yang cenderung menguntungkan perusahaan. Menurut Kotler (2012:36), secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Ada juga yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa

harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Bila kinerja produk lebih rendah dari harapan maka konsumen tidak puas atau kecewa, bila kinerja produk sama dengan harapan maka konsumen puas, bila kinerja melebihi harapan maka konsumen menjadi sangat puas. Upaya restoran harus lebih bisa untuk berfokus pada konsumen karena apabila restoran dapat berorientasi pada konsumen maka akan berusaha menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Kualitas pelayanan secara sederhana merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu terwujud sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dengan kata lain kualitas pelayanan adalah sejauh mana pelayanan memenuhi spesifikasinya (Ratnasari dan Aksa, 2011: 104). Restoran harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk mencapai kepuasan konsumen. Selain itu apabila konsumen merasa puas maka mempunyai kecenderungan yang rendah untuk berpindah pilihan pada restoran yang lainnya. Kualitas pelayanan adalah permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas, apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Laksana (2012:46) menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut: *"if the service perform at the level that is expected or predicted, the satisfaction level is considered to be just OK"* artinya jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai yang diharapkan maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan maka akan puas. Hasil penelitian Gula *et al.*, (2015), menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini

mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan dalam memenuhi keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan.

Perusahaan dapat berkembang atau untuk sekadar mempertahankan keberadaan produk dalam segmen pasar yang dimasukinya, perusahaan harus mempunyai harga yang lebih murah, dan promosi yang lebih efektif dibanding para pesaing agar produk tersebut tetap dipilih oleh konsumen. Harga merupakan unsur dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat berubah secara tepat. Kotler (2011:19) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Lupiyoadi (2012:43) bahwa harga adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*) yang dinyatakan dengan uang. Hasil penelitian Saradissa dan Sitohang (2015), mengemukakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menyatakan bahwa perusahaan hendaknya dalam menentukan harga suatu produk harus cermat yaitu tidak boleh terlalu mahal dan tidak pula terlalu murah dalam arti penetapan harga yang dapat memberikan keuntungan yang paling baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Salah satu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan dengan memperhatikan lokasi, bagi konsumen penikmat kuliner tentunya akan memberikan kesan dengan tempat yang baru dan unik untuk membeli suatu produk, dengan memperhatikan faktor lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan akan mempertahankan keberadaan perusahaan tersebut. Aprisal (2017: 19), lokasi merupakan tempat yang strategis dimana konsumen dapat menjangkau tempat

usaha (tempat makan, pusat perbelanjaan, dan lainnya) dengan mudah, aman dan memiliki tempat parkir yang luas. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang paling tepat untuk membuka usaha. Hasil penelitian Firdiyansyah (2017), menyatakan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini mengindikasikan bahwa penentuan tempat salah satu faktor penting yang dibutuhkan perusahaan, semakin tepat penentuan tempat perusahaan dalam memasarkan produknya maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain dari kualitas layanan, harga dan lokasi, maka perusahaan juga perlu memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan dengan tujuan dapat memenuhi harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Pilihan masyarakat tentunya merupakan sebuah peluang bagi perusahaan untuk menciptakan produk maupun jasa yang diinginkan oleh masyarakat, oleh karena itu perusahaan harus benar-benar mengerti produk atau jasa yang seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Kotler (2012) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan setia pada perusahaan. Menurut Kotler (2012) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memperagakan fungsinya. Menurut penelitian Walukow *et al.*, (2014) menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik ini akan memberikan kepercayaan

kepada konsumen dalam penggunaannya yang kemudian menjadi motivasi konsumen untuk membeli atau menikmati produk tersebut.

Penelitian ini akan dilakukan di salah satu restoran yang relatif terkenal di Surabaya yaitu Resto Layar Seafood. Saat ini Resto Layar Seafood telah memiliki cabang khususnya di Surabaya sendiri yang berada di Perumahan Bukit Mas Jl. Abdul Wahab Siamin Surabaya. Resto Layar Seafood Manyar hadir di tengah masyarakat sebagai restoran dengan konsep seafood market dengan berbagai ikan hidup sebagai display yang terpampang dari sudut luar yang dimana mempermudah tamu untuk menentukan jenis masakan untuk ikan, udang, cumi maupun kepiting yang akan dipilih. Pada mulanya konsumen memiliki anggapan bahwa produk makanan yang ditawarkan harganya mahal, padahal anggapan tersebut belum tentu benar karena ragam produk yang ditawarkan tersebut dijual dengan harga yang terjangkau namun tetap memperhatikan jaminan kualitas produknya yang terbaik, serta Layar Resto Manyar juga menyediakan pelayanan dengan sistem kerja yang handal dan ramah. Berdasarkan uraian diatas maka penulis melakukan penelitian secara langsung dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo Surabaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka penulis merumuskan masalah, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo?

2. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo?
4. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo?
5. Apakah kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo.
2. Untuk menguji dan menganalisis harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo.
3. Untuk menguji dan menganalisis lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo.
4. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo.
5. Untuk menguji dan menganalisis kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa aspek seperti

a. Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar Kertoarjo serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan ilmu manajemen pemasaran khususnya dalam kepuasan pelanggan, bagi para pembaca dan atau yang berminat untuk mengembangkan dan mengaplikasikan penelitian ini di masa yang akan datang.

b. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharap hasil penelitian ini dapat memberi penegasan dan pembuktian pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Layar Seafood Manyar.

c. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada manajemen dalam menyikapi sejauh mana persepsi pelanggan atas kepuasan pelanggan setelah berkunjung pada Resto Layar Seafood Manyar.