

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner termasuk dari beberapa bisnis jasa yang perkembangannya pesat meskipun dalam masa krisis. Ini disebabkan bahwa makanan pada dasarnya adalah kebutuhan dasar manusia yang haruslah terpenuhi, oleh karenanya jika makanan serta minuman masih sebagai kebutuhan prioritas sehingga dipastikan bisnis kuliner akan selalu mengalami perkembangan.

Bisnis kuliner ini dalam perkembangannya diikuti dengan kemunculan berbagai macam restoran, baik berupa restoran *fast food* ataupun restoran biasa. Fasilitas dan menu yang ditawarkan juga terus mengalami perkembangan, mulai dari restoran mewah dengan bermacam menu mewah dan unik yang bertaraf internasional ataupun rumah makan yang menyajikan menu sederhana.

Masyarakat Indonesia akhir - akhir ini khususnya yang tinggal di kota mulai menyukai *fast food* semacam *burger*, *hot dog*, *pizza*, *spagetthi*, *kentucky* dan sebagainya. Secara dasarnya ketertarikan tersebut dipicu oleh semakin cepatnya mobilitas masyarakat perkotaan dan menyukai berbagai hal yang praktis, ditunjang dengan aktivitas keluarga yang sangat padat di luar rumah oleh karenanya tidak memiliki cukup waktu untuk menyiapkan makanan. Akan tetapi, perilaku konsumtif masyarakat perkotaan pada saat ini bukan sebatas didorong oleh terdapatnya kebutuhan fungsi atas produk. Ini didasari pula oleh adanya keinginan yang bersifat menjaga gengsi semata.

Konsumen yang memilih restoran sebagai tempat makan tidak sebatas memperhatikan kualitas makanannya saja namun pula kualitas layanan yang diberikan. Maka dari hal tersebut, pengelola harus memberikan kualitas produk

dan layanan yang tepat supaya bisa merebut banyak konsumen dan berkompetisi dengan restoran lainnya.

Agar bisa bertahan ditengah persaingan restoran - restoran di Sidoarjo yang semakin marak, maka strategi dengan orientasi kepada konsumen harus dapat diciptakan. Beberapa faktor yang bisa memberi pengaruh pada kepuasan konsumen yakni lokasi, harga, serta kualitas layanan.

Kualitas pelayanan yakni langkah dalam memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen dan seberapa tepat dalam menyampaikannya melalui pengimbangan terhadap harapan konsumen (Tjiptono, 2017). Pelayanan yang baik bisa mempengaruhi seberapa puasny konsumen yang diantaranya berupa kualitas jasa: meliputi empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangibles*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*) sehingga bisa membentuk strategi pemasaran yang berorientasi terhadap konsumen. Kualitas pelayanan juga termasuk *profit strategy* guna menemukan konsumen baru secara lebih banyak, menciptakan keunggulan khusus, menghindari berpindahnya konsumen, serta mempertahankan konsumen yang ada. Perusahaan yang memprioritaskan kualitas pelayanan yang memuaskan akan berpengaruh terhadap rasa puas konsumen. Kepuasan tersebut ditentukan dari beberapa dimensi kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumennya.

Harga berpengaruh pula pada kepuasan konsumen. Harga secara dasarnya dipengaruhi oleh biaya produk dan unsur yang lain. Penetapan harga harus tepat sebab terlamapu mahal atau tidak sesuainya harga justru bisa memicu perpindahan konsumen ke perusahaan lainnya. Maka dari hal tersebut, penetapan harga yang perusahaan lakukan perlu untuk dipertimbangkan, akan tetapi lebih baik apabila dalam menetapkan harga tersebut juga disesuaikan dengan kualitas

layanan, manfaat, nilai yang diberikan serta harga yang mampu bersaing di pasaran.

Perusahaan yang beroperasi dibidang jasa haruslah pintar untuk menentukan lokasi tempatnya menjalankan berbagai kegiatan, sebab dengan lokasi yang nyaman dan strategis maka ini bias memberi keuntungan pada perusahaan. Sekelompok orang atau seseorang akan lebih memilih jasa cuci motor yang memiliki lokasi di dekat kegiatannya. Unsur yang berhubungan dengan lokasi terdiri dari: nyaman dan aman bagi konsumen, dekat pemukiman penduduk, ada di daerah sekitar pusat perbelanjaan, lokasi yang mudah dijangkau, terdapatnya fasilitas yang menunjang seperti terdapatnya parkir dan faktor lainnya. Adanya lokasi yang baik maka akan cukup kuat dalam merubah pola pembelian konsumen, bisa menarik lebih banyak konsumen, serta menjamin tersedianya akses yang cepat.

Penelitian ini mengambil objek pada usaha kuliner Mie Gacoan Sidoarjo yang beralamatkan di Jl. Teuku Umar No.41, Mangersari, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo.

Dari penjabaran tersebut, peneliti menjadikan **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacoan Sidoarjo”** sebagai judul penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan permasalahan yang bisa dijabarkan berdasarkan latar belakang sebelumnya antara lain :

- a. Apakah kualitas layanan, harga, lokasi secara individual berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Sidoarjo ?

- b. Apakah kualitas layanan, harga, dan lokasi secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Sidoarjo ?
- c. Diantara kualitas layanan, harga, dan lokasi, manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yaitu :

- a. Untuk menguji kualitas layanan, harga, lokasi secara individual berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Sidoarjo.
- b. Untuk menguji kualitas layanan, harga, lokasi secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Sidoarjo.
- c. Untuk mengetahui diantara kualitas layanan, harga, dan lokasi, manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat diantaranya :

- a. Secara Akademis
 - 1) Bisa memberi kontribusi terhadap peneliti selanjutnya dalam melakukan pengembangan dalam menggunakan konsep penelitian yang sama, yaitu mengenai manajemen pemasaran terkait beberapa faktor yang memberi pengaruh kepuasan konsumen.
 - 2) Diharapkan hasil penelitian ini bisa digunakan untuk membuktikan teori dan mengembangkan khasanah keilmuan tentang manajemen pemasaran khususnya pada usaha kuliner dengan variabel yang

mempengaruhi kepuasan konsumen yang meliputi kualitas layanan, harga, dan lokasi.

b. Secara Praktis

- 1) Diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi terhadap Depot Mie Gacoan Sidoarjo dalam meningkatkan dan memperbaiki kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas layanan, harga, dan lokasi.
- 2) Mampu memberi informasi dan menjadi pertimbangan untuk perusahaan lain untuk meningkatkan kepuasan konsumen untuk kedepannya.