

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja agar dapat bersaing di pasar global. Rumah Makan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi Rumah Makan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Supranto,2010:53)

Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama Rumah Makan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kepuasan atau tidak puas pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu (Kasmir,2006)

Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah Rumah Makan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Permintaan dan kebutuhan pelanggan harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan (Nurhayati,2011)

Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Peningkatan jumlah rumah makan yang ada di Medan khususnya di sekitar jalan ringroad menimbulkan persaingan kuat. Rumah Makan harus mengerti dan melakukan strategi pemasaran yang baik untuk memenangkan persaingan, jika tidak maka rumah makan tersebut akan cepat tertinggal dari pesaing- pesaing yang pada akhirnya menyebabkan produsen rumah makan kehilangan konsumen. Sekian banyak rumah makan yang ada di Medan, salah satunya adalah rumah makan Sederhana, yang berada di OCBC, Komplek, Jl. Ring Road No.80, Asam Kumbang, Kec. Medan Selayang.

Pihak manajemen rumah makan sederhana harus berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produknya dan harga produk, sehingga mendapatkan kepuasan terhadap konsumennya sehingga mereka mau datang kembali ke Rumah Makan ini. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, serta harga produk.

**Tabel 1.1 Daftar Pesaing Rumah Makan Sederhana Ringroad yang Berada disekitaran Jalan Ringroad**

NOMOR	RUMAH MAKAN PESAING
1	Rumah Makan Beringin Indah
2	Rumah Makan Asoka Corner
3	Restoran JM Briani House
4	Rumah Makan Ayam Penyet Ria
5	Restoran Garuda

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat jelas bahwa tingkat persaingan bisnis rumah makan di wilayah Medan khususnya di Jalan Ringroad dan sekitarnya cukup tinggi.

Oleh karena itu, pihak pengelola rumah makan Sederhana harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini.

Pengelola harus mulai berpikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap pengusaha Rumah Makan. Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan suatu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Menurut Daryanto (2011:120), kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandarkan.

Berdasarkan dari bahasan diatas dapat diasumsikan bahwa harga yang di patok secara rasional dan sepadan dengan manfaat produk yang diberikan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Loyalitas konsumen dapat dijadikan dasar atau patokan dalam mengambil kebijakan untuk menambahkan atau mengurangi nilai produk bagi konsumen.

Loyalitas konsumen merupakan sebuah usaha konsumen untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepuasan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti pembelian ulang (Supranto, 2010). Ada nya persaingan antar Rumah Makan di sekitar Jalan Ring Road ini memang cukup tinggi dan antusias konsumen akan konsumsi makanan siap saji cukup tinggi juga.

Oleh karena itu perlu upaya dari pengelola untuk mendapatkan konsumen yang memiliki loyalitas terhadap Rumah Makan mereka dengan cara menyajikan kualitas produk yang baik dan harga yang bersaing.

**Tabel 1.2**

**Harga Produk Rumah Makan Sederhana RingRoad Tahun 2020**

No	Produk	Harga
1	Nasi Ayam/Nasi Box	Rp. 28.500 S/d Rp. 67.000
2	Perkedel, Telor Dadar/Gulai, Roti Cane, Gado-Gado, Martabak	Rp. 11.500 S/d Rp. 43.500
3	Aneka Jenis Olahan Ikan	Rp 22.000 S/d Rp. 94.500
4	Aneka Jenis Olahan Ayam dan Sapi	Rp. 22.000 S/d Rp 35.000
5	Aneka Jenis Sambal	Rp.22.000 S/d Rp. 25.500
6	Minuman	Rp. 9.500 S/d Rp. 29.000

**Sumber:Rumah Makan Sederhana Ring Road (data diolah)**

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Sederhana Ringroad tergolong cukup mahal terlebih apabila dibandingkan dengan para pesaing rumah makan lain nya,salah satu diantara nya rumah makan Garuda.Dengan memiliki menu yang hampir sama dan menyajikan masakan khas padang,Rumah Makan Sederhana Ringroad memiliki menu makanan yang harga nya lebih tinggi daripada Rumah Makan Garuda seperti terlihat di gambar 1.1 .



Gambar 1.1

## Harga Produk Rumah Makan Garuda Ringroad tahun 2020

NO	NASI BUNGKUS / NASI KOTAK	HARGA
<b>NASI BUNGKUS</b>		
1	NASI BKS + AYAM GULAI / AYAM GORENG	Rp 25,000
2	NASI BKS + AYAM PANGGANG / AYAM RENDANG	Rp 25,000
3	NASI BKS + KARI KAMBING	Rp 40,000
4	NASI BKS + RENDANG	Rp 26,000
5	NASI BKS + IKAN	Rp 25,000
6	NASI BKS + USUS / BABAT	Rp 25,000
7	NASI BKS + KIKIL	Rp 29,000
8	NASI BKS + HATI / PARU / DENDENG	Rp 25,000
9	NASI BKS + TELUR DADAR	Rp 22,000
10	NASI BKS + TELUR / TERONG	Rp 22,000
11	NASI BKS + IKAN LELE	Rp 25,000
12	NASI BKS + SAYUR	Rp 19,000
13	NASI BKS + IKAN GEMBUNG	Rp 25,000
14	NASI BKS + SAMBAL UDANG	Rp 41,000
15	NASI PUTIH BUNGKUS	Rp 12,000
16	NASI BKS + CUMI-CUMI / SAMBAL HATI	Rp 36,000
17	NASI BKS + TEMPE/TERI	Rp 32,000
18	NASI BKS + UDANG SAMBAL KENTANG	Rp 36,000
19	NASI BKS + KERANG	Rp 39,000
20	NASI BKS + DENDENG BROKOLI	Rp 43,000
21	NASI BKS + GULAI OTAK	Rp 30,000
<b>NASI KOTAK</b>		
1	NASI KOTAK + AYAM GULAI / AYAM GORENG	Rp 30,000
2	NASI KOTAK + AYAM PANGGANG	Rp 30,000
3	NASI KOTAK + AYAM RENDANG	Rp 30,000
4	NASI KOTAK + RENDANG	Rp 32,000
5	NASI KOTAK + TELUR	Rp 28,000
6	NASI KOTAK + GULAI OTAK	Rp 35,000
<b>NASI GORENG KOTAK</b>		
1	NASI GORENG KOTAK + TELUR	Rp 27,000
2	NASI GORENG KOTAK + TELUR+ AYAM	Rp 40,000
3	NASI GORENG KOTAK + TELUR + RENDANG	Rp 40,000
4	NASI GORENG KOTAK + TELUR DADAR	Rp 27,000

Sumber: Traveloka.com

Hal ini sedikit mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang ke Rumah Makan ini, hal ini dibuktikan dengan Tabel Kunjungan pelanggan Rumah Makan Sederhana ini yang cukup fluktuatif, yang menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Rumah Makan Sederhana Ringroad mengalami penurunan yang signifikan dalam beberapa periode bulan seperti terlihat di Tabel 1.3 .

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Konsumen Rumah Makan Sederhana RingRoad Tahun 2019**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah konsumen</b>
Juni	2522
Juli	1812
Agustus	2355
September	2122
Oktober	1825
November	1981
Desember	1122
Rata - Rata	2433

**Sumber: Rumah Makan Sederhana Ring Road (data diolah)**

Berbeda dari kepuasan pelanggan yang merupakan bentuk dari sikap, loyalitas sendiri dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembelian. Pelanggan yang puas tidak selalu loyal, sementara pelanggan dapat mempertahankan hubungan dengan Rumah Makan meskipun tidak puas (Zulian Yamit, 2016).

Jumlah konsumen pada Rumah Makan Sederhana RingRoad yang setiap bulannya berfluktuasi dan cenderung berkurang tidak terlepas dari faktor-faktor yang diduga berpengaruh seperti pengaruh harga dan kualitas produk, yang mempengaruhi konsumen untuk terus memilih Rumah Makan Sederhana RingRoad sebagai pilihan bagi mereka.

Dari latar belakang permasalahan, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Makan Sederhana Ringroad Medan”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Adanya persaingan harga usaha rumah makan di sekitar lokasi penelitian
2. Adanya pengaruh harga yang tinggi di Rumah Makan Sederhana Ringroad yang mempengaruhi loyalitas konsumen
3. Tingkat kepuasan konsumen yang berkurang terhadap kualitas produk rumah makan yang kurang memiliki inovasi mengakibatkan turunnya jumlah pengunjung

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan terarah maka diperlukan pembatasan masalah terkait dengan harga produk, kualitas produk dan loyalitas konsumen.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Rumah Makan Sederhana Ringroad?



2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Rumah Makan Sederhana Ringroad?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Rumah Makan Sederhana Ringroad?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Rumah Makan Sederhana Ringroad.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Rumah Makan Sederhana Ringroad
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Rumah Makan Sederhana Ringroad

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

#### **1. Bagi Peneliti**

Sebagai pengembangan wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

#### **2. Bagi Rumah Makan**

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan Rumah Makan untuk meningkatkan daya beli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

### 3. Bagi UNIMED

Menambah literatur kepustakaan Universitas Negeri Medan dibidang manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

### 4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi dan informasi yang berguna bagi penelitian selanjutnya



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY