

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman membawa banyak perubahan pada gaya hidup, perilaku, dan kebutuhan masyarakat. Banyak hal dan cara yang dapat dilakukan oleh masyarakat, baik itu melakukannya secara individu ataupun secara berkelompok, masyarakat tersebut tentunya melakukan kegiatan nya hanya untuk sekedar bertahan hidup saja tetapi juga ingin menikmati hidupnya secara baik dan layak. Dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dan aktivitas kerja yang sibuk mengakibatkan semakin banyak masyarakat yang menghabiskan waktu di luar rumah dan berdampak terhadap perubahan sifat masyarakat yang ingin mencari hal yang bersifat praktis untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, salah satunya adalah dengan mencari makanan di luar rumah. Oleh karena itu masyarakat banyak yang memilih untuk memenuhi kebutuhan makan dan minumannya di luar rumah dengan mencari tempat makan yang memiliki harga dan kualitas yang sesuai, karena masyarakat tentunya akan memilih tempat makan yang tentunya dapat memuaskan dirinya. Kondisi seperti ini tentunya akan meningkatkan permintaan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman siap saji. Persaingan yang semakin kompetitif adalah faktor utama cafe ingin memberikan harga dan kualitas terbaik untuk pelanggannya, persaingan yang kompetitif antara cafe juga menyebabkan cafe memberikan produk terbaiknya agar keinginan dan

kebutuhan konsumen tersebut terpenuhi sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Kualitas produk menjadi hal utama yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan, karena kualitas produk memiliki kaitan erat terhadap kepuasan konsumen (J Sambara, 2021). Dalam bisnis kuliner, kualitas produk menjadi hal yang penting untuk menarik dan mempertahankan konsumen pada usaha kuliner.

Menurut Ayuni (2019), kuliner adalah suatu kegiatan yang menyiapkan, mengolah dan menyajikan produk makanan dan minuman yang memiliki unsur kreativitas, estetika ataupun kearifan lokal yang bertujuan untuk meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk bertujuan menarik daya beli konsumen dan memberikan pengalaman bagi konsumen. Salah satu contoh bisnis kuliner ialah *Cafe* maupun resto. Saat ini perkembangan *Cafe* maupun resto sedang berkembang pesat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal ini membuat persaingan antar pelaku bisnis kuliner yang diharapkan dapat terus meningkatkan perusahaan tetap dapat bersaing dengan strategi yang tepat. Menurut Agustin (2021:1) dari sekian banyak restoran cepat saji yang ada saat ini, tentunya tidak dapat dipisahkan dari adanya persaingan dalam mencari konsumen baru dan juga mempertahankan pelanggannya. Persaingan yang semakin ketat ini menciptakan produk yang memiliki kesamaan dengan setiap *cafe* tetapi memiliki harga yang berbeda-beda.

Oleh karena itu, untuk mempertahankan konsumennya tentunya setiap pemilik usaha akan berusaha untuk memberikan rasa puas kepada

konsumennya, dengan memberikan kepuasan Cafe itu akan mempengaruhi loyalitas dari konsumen terhadap usaha tersebut. Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang menjadi penentu dalam pemasaran, karena ketidakpuasan konsumen akan mempengaruhi pembelian berikutnya. Menurut Sangadji dan Sopiah (dalam Setyo2017) mengatakan bahwa kepuasan konsumen dapat menciptakan dasar yang baik untuk pembelian kembali dan akan menciptakan adanya loyalitas konsumen, serta akan menciptakan komunikasi dari mulut ke mulut yang dapat menciptakan promosi dan rekomendasi secara tidak langsung untuk mencoba suatu produk. Tentu hal ini akan menjadi masalah baru bagi pelaku-pelaku usaha jika para pelaku usaha ini tidak mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen. Menurut Yanti (2021:8), sebuah penilaian yang dilakukan terhadap suatu produk yang diterima oleh pelanggan disebut kepuasan konsumen, tentunya konsumen memiliki penilaian tersendiri terhadap produk yang diterimanya karena tentunya konsumen ingin mendapatkan produk yang sesuai dengan harapannya dan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan tersebut. Hal ini tentunya menjadi permasalahan yang sering dihadapi dalam perusahaan terutama dalam proses pemasaran produknya, jika suatu perusahaan tidak mampu memberikan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggannya, hal itu menjadi dampak negatif terhadap suatu perusahaan. Hal negatif tersebut bisa terjadi karena pelanggan tidak mendapatkan kepuasan daripada produk yang dibelinya, hal itu tentunya menyebabkan pelanggan tersebut akan mencari tempat lain untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan

kebutuhan dan keinginannya. Hal yang menjadi pendorong untuk mendapatkan kepuasan konsumen adalah dapat memberikan konsumen produk yang berkualitas, sehingga diharapkan bisnis kuliner seperti cafe dapat memperhatikan faktor kepuasan konsumen tersebut, hal tersebut diutarakan oleh Martiani (2019). Seperti yang disampaikan juga oleh Nugroho (2015), kepuasan konsumen adalah hal yang terpenting dalam peningkatan kinerja pemasaran pada suatu perusahaan. Pada industri kuliner, setiap perusahaan tentunya akan berusaha untuk memberikan yang terbaik untuk konsumennya, namun hal yang sering terjadi adalah apa yang diberikan oleh perusahaan sudah dianggap baik oleh perusahaan tersebut namun ternyata belum dapat memberikan rasa puas kepada konsumen, biasanya pihak perusahaan akan mulai memberikan penawaran harga yang terbaik yang diikuti oleh kualitas yang baik juga, sehingga faktor harga dapat menjadi hal penentu mengenai kepuasan konsumen.

Dalam bisnis restoran dan cafe, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya adalah harga. Sudah menjadi hal umum dan wajar di suatu bisnis restoran dan cafe para konsumen mencari harga yang serendah-rendahnya tetapi juga melihat kualitas makanan yang dibelinya. Menurut Andawari (2014), dalam persaingan, harga yang diberikan oleh pesaing dapat lebih rendah atau tinggi walaupun memiliki kualitas yang sama. Pengertian harga sendiri menurut Basu Swastha (dalam Zakaria2013:51) yaitu sejumlah uang yang dimiliki dan diperlukan oleh pelanggan ataupun calon pelanggan untuk membeli dan mendapatkan suatu barang atau produk untuk dikonsumsi sekaligus

mendapatkan pelayanannya. Dalam hal ini berarti harga adalah salah satu faktor penting untuk menentukan apakah konsumen puas terhadap produk dari suatu perusahaan. Seperti yang diutarakan oleh Manus dan Lumanauw (2015), salah satu faktor yang memiliki fungsi dan dampak yang penting pada proses menetapkan sesuatu adalah harga, faktor harga ini tentunya dapat memberikan gambaran kepada konsumen mengenai produk yang akan dibelinya. Dalam persaingan bisnis harga yang cenderung lebih mahal dibandingkan para pesaingnya akan mengakibatkan hilangnya kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan. Harga merupakan faktor yang penting dalam penjualan, banyak perusahaan atau bisnis yang bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar. Menurut Lina (2017), di dalam tingkatan harga, jika *value* yang diperoleh oleh pelanggan dirasa memiliki keunggulan yang baik, maka biaya yang diperlukan untuk mendapatkan hal tersebut juga pasti akan lebih banyak dan meningkat. Oleh sebab itu seharusnya perusahaan melakukan riset pasar mengenai harga agar mampu menentukan harga yang sesuai untuk konsumennya. Konsumen menggunakan harga sebagai bahan penilaian terhadap kepuasannya kepada produk yang dibelinya. Harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain menjadikan harga sebagai faktor untuk menentukan kualitas dari produk, harga juga dapat dijadikan sebagai penentu dan bahan perhitungan bagi calon konsumen untuk biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk yang ditawarkan. Terdapat beberapa macam cara yang memiliki kaitan dengan harga yang juga menjadi latar belakang kenapa pelanggan dapat memilih produk yang diinginkannya ,yaitu adanya rasa

ingin mencoba nilai atau manfaat dari produk tersebut, kemudian karena adanya kesempatan untuk memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah tetapi dengan kualitas yang baik juga.

Selain harga, kualitas dari produk tersebut juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika ingin mendapatkan penilaian dan memberikan rasa puas kepada konsumen perusahaan harus dapat menciptakan dan memberikan produk yang memiliki *value* yang baik dan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Keller (dalam Wijaya 2017:2) pengertian dari kualitas produk itu sendiri adalah ciri-ciri yang berasal dari sebuah produk yang memiliki kemampuan dalam memuaskan pelanggan dengan cara disampaikan secara langsung atau tidak disampaikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika sebuah produk dapat memenuhi harapan konsumennya berarti semakin berkualitaslah produk tersebut.

Royal Coffee merupakan salah satu industri kuliner yang berbentuk sebuah restoran atau cafe yang menyediakan makanan dan juga minuman sebagai menu mereka. Royal Coffee ini berada di Kota Medan tepatnya di Jalan Panglima Denai No. 13 Medan Tenggara Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Sumatera Utara. Penulis telah melakukan pra survei kepada konsumen usaha Royal Coffee mengenai kepuasan konsumen terhadap produk yang ada di Royal Coffee, Berdasarkan hasil pra survei didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survei Pada 30 Orang Responden Mengenai Kepuasan Konsumen Pada Usaha Royal Coffee

No.	Pernyataan	YA	TIDAK
1.	Harga produk yang diberikan oleh café ini memiliki harga yang terjangkau.	43,3%	56,7%
2.	Salah satu daya tarik café ini adalah harga produk yang ditawarkan.	20%	80%
3.	Harga produk pada café ini sesuai dengan kualitas yang diberikan.	46,7%	53,3%
4.	Penyajian produk yang disajikan kepada konsumen menarik.	36,7%	63,3%
5.	Aroma produk yang disajikan dapat menggugah selera.	33,3%	66,7%
6.	Seporsi produk yang disajikan sesuai dengan yang diharapkan.	36,7%	63,3%
7.	Produk yang disajikan masih dalam keadaan <i>fresh</i> dan hangat.	53,3%	46,7%
8.	Tekstur dari produk yang disajikan dalam keadaan baik	36,7%	63,3%
9.	Café ini dapat direkomendasikan kepada relasi konsumen.	50%	50%
10.	Produk yang disajikan oleh café ini dapat memberikan rasa puas	16,7%	83,3%

Sumber : Penelitian awal oleh Peneliti

Berdasarkan hasil pra survei di Royal Coffee, beberapa konsumen Royal Coffee menganggap bahwa harga produk yang diberikan masih sesuai dengan kualitas yang diberikan, namun masih ada beberapa indikator kepuasan konsumen yang belum dapat terpenuhi oleh Royal Coffee. Dengan kondisi tersebut maka pihak manajemen perusahaan harus melakukan perubahan terhadap kualitas produk agar dapat memenuhi harapan konsumennya.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk**

Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Royal Coffee Kecamatan Medan Denai Kota Medan”

1.2. Identifikasi Masalah

Seperti yang sudah tertulis pada latar belakang diatas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang ada pada objek penelitian ini yaitu:

1. Harga produk yang disajikan di Royal Coffee relatif mahal
2. Kualitas produk di Royal Coffee belum memenuhi harapan konsumen.
3. Konsumen belum merasa puas saat mengonsumsi produk di Royal Coffee

1.3. Batasan Masalah

Dalam sebuah penelitian, tentunya setiap penulis harus dapat menentukan apa yang menjadi hal utama yang akan diteliti pada penelitian ini, hal tersebut penting untuk dilakukan agar masalah yang akan diteliti tidak melebar dari luar topik yang akan diteliti. Oleh karena itu, penulis menentukan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah masalah mengenai harga (X1), kualitas produk (X2) dan kepuasan konsumen (Y).

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada batasan masalah, maka dapat diuraikan rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut.

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Royal Coffee di Kecamatan Medan Denai Kota Medan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Royal Coffee di Kecamatan Medan Denai Kota Medan?

3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Royal Coffee di Kecamatan Medan Denai Kota Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Royal Coffee di Kecamatan Medan Denai Kota Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Royal Coffee di Kecamatan Medan Denai Kota Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Royal Coffee di Kecamatan Medan Denai Kota Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Bagi Penulis

Pada penelitian ini penulis sangat mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan, menambah wawasan dan juga memberi pengalaman baru yang memiliki hubungan terhadap harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen.

1.6.2. Bagi Royal Coffee

Penelitian ini sebagai masukan atau saran bagi perusahaan dan bahan informasi pertimbangan dalam menyusun strategi harga dan kualitas makanan dan juga dapat sebagai informasi untuk melihat tingkat kepuasan konsumen royal Coffee.

1.6.3. Bagi Universitas Negeri Medan

Harapan nya penelitian ini dapat menjadi sumber pustaka dan referensi baru bagi Universitas dan mahasiswa yang memerlukan informasi mengenai harga, kualitas makanan dan kepuasan konsumen.

1.6.4. Bagi Peneliti Lain

Penulis mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk para mahasiswa ataupun pihak-pihak yang memiliki keinginan untuk melakukan penelitian yang memiliki bidang yang sama sehingga dapat menjadi sumber informasi dan dapat meningkatkan penelitian selanjutnya.



THE
Character Building
UNIVERSITY