

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era digitalisasi saat ini perkembangan bisnis kuliner terus meningkat hal ini ditandai dengan banyak bermunculan usaha kuliner untuk membuka usaha baru atau megembangkan usaha yang sudah ada dan ini mengakibatkan semakin tingginya persaingan di dunia bisnis kuliner. Para wirausahawan saling berlomba-lomba dalam mempromosikan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Saat ini konsumen menginginkan produk yang berharga murah namun memiliki kualitas yang baik, oleh karena itu perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis terjadi pada berbagai bidang, termasuk bisnis kuliner, hal ini dapat dilihat dari mulai menjamurnya kedai-kedai makanan yang ada di Indonesia terutama di Kota Bandung. Dari data yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik pada tahun 2020 terdapat 1.339 tempat makan namun setelah mengalami pandemi covid-19 terjadi penurunan pada tahun 2021 yaitu menjadi 1.234 tempat makan. Para pelaku usaha bisnis harus mampu memberikan nilai tambah terhadap produk, jasa dan pelayanan untuk diberikan kepada konsumen. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi trend dikalangan masyarakat. Meningkatnya persaingan yang kuat dibidang bisnis

kuliner perusahaan harus melakukan strategi pemasaran yang efektif agar para konsumen mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan.

Pada saat ini banyak orang pergi ke kedai bukan hanya ingin mencicipi makanan atau minuman yang khas dari kedai tersebut melainkan untuk menghabiskan waktu dan bersantai dengan rekan-rekannya maupun dengan keluarga. Di Kota Bandung sendiri banyak terdapat kedai-kedai kuliner yang tidak hanya berinovasi dalam bidang kuliner nya saja melainkan arsitektur dan interior nya yang dibuat nyaman dan seunik mungkin.

Menurut Kotler dan Keller dalam Ririn dan Fikri, (2020:65), kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Konsumen mengharapkan produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan agar dapat memuaskan mereka. Konsumen akan membeli produk jika merasa cocok karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan agar pemasaran produk berhasil, dengan kata lain pembuatan produk lebih baik disesuaikan dengan keinginan pasar atau selera konsumen.

Tidak hanya kualitas produk saja yang harus diperhatikan untuk mempertahankan konsumen agar tetap puas, melainkan dengan penetapan harga yang tepat sebagai cara umum untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan di industri makanan dan minuman.

Menurut Stanton Yani & Rohmat (2021), Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa lainnya yang di tetapkan oleh pembeli atau penjual untuk satu

harga yang sama terhadap semua pembeli. Harga adalah nilai moneter yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk suatu perusahaan, ini adalah komponen penghasil pendapatan yang penting bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan.

Konsep keberhasilan dalam sebuah pemasaran jika ingin berhasil dalam penjualan tentunya perusahaan harus memperhatikan beberapa aspek pelayanan diantaranya kepuasan, kualitas produk, dan harga. Kualitas produk yang bermutu dapat mempengaruhi konsumen, begitu juga dengan harga, harga yang murah tentunya dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk.

Menurut Irfani Hadiyani (2018) Kepuasan pelanggan adalah bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap competitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah kedai 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.

Kualitas produk dan harga merupakan aspek yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan. Oleh karena itu penelitian ini didukung oleh salah satu penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf (2019)

menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Warung Aneka Sambel Jombang, serta harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Aneka Sambel Jombang dan kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Aneka Sambel Jombang.

Berikut hasil pengamatan yang dilakukan melalui prasurvey dengan metode kuesioner yang dilakukan 1 hari pada tanggal 1 Maret 2023 dari total 35 konsumen hanya 22 konsumen yang bersedia mengisi kuesioner prasurvey.

Tabel 1.1
Pra Survey Kualitas Produk (X₁)

No	Variabel	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk			
		Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Makanan dan minuman di Kedai Rimbun telah sesuai standar dengan yang tertera di menu.	13	59%	9	41%
2	Makanan dan minuman di Kedai Rimbun mempunyai keistimewaan di bandingkan dengan tempat lain.	7	32%	15	68%
3	Menu makanan dan minuman di kedai rimbun menjangkau semua kalangan dari anak kecil hingga orang tua.	5	23%	17	77%

Berdasarkan hasil prasurvey pada table 1.1 tentang Kualitas Produk di Kedai Rimbun, dapat dinyatakan bahwa makanan dan minuman di Kedai Rimbun

telah sesuai dengan yang tertera di menu, namun kurang memiliki keistimewaan dibandingkan dengan tempat lain serta makanan dan minuman yang ada tidak menjangkau semua kalangan baik dari anak kecil hingga orang tua.

Tabel 1.2
Pra Survey Harga (X₂)

No	Variabel	Tanggapan Responden Terhadap Harga			
		Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Harga yang di tawarkan Kedai Rimbun murah.	3	14%	19	86%
2	Harga di Kedai Rimbun sudah sesuai dengan kualitas produk yang di sajikan.	6	27%	16	73%
3	Harga yang di tawarkan cenderung lebih murah di bandingkan harga pesaing.	5	23%	17	77%

Berdasarkan hasil prasurvey pada table 1.2 tentang Harga di Kedai Rimbun, dapat dinyatakan bahwa Harga yang ditawarkan kurang terjangkau oleh sebagian kalangan. Selain kurang terjangkau harga yang dipatok juga kurang sesuai dengan produk yang disajikan serta harga yang ditawarkan lebih mahal di bandingkan dengan harga competitor atau pesaing.

Berikut beberapa harga menu produk yang tersedia di Kedai Rimbun:

Tabel 1.3

Daftar Menu Kedai Rimbun

No.	Menu Makanan	Harga	Menu Minuman	Harga
1	Pisang Goreng	Rp42.350	Mineral Water	Rp20.570
2	Bala-Bala	Rp38.720	Coca-Cola	Rp36.300
3	Nasi Goreng	Rp78.650	Sprite	Rp30.250
4	Mie Goreng	Rp54.450	Hot/Ice Tea	Rp30.250

Tabel 1.4

Pra Survey Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Variabel	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan			
		Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Produk Kedai Rimbun menarik perhatian pelanggan.	18	82%	4	18%
2	Anda akan merekomendasikan produk Kedai Rimbun kepada orang lain.	8	36%	14	64%
3	Penyajian produk Kedai Rimbun sesuai ekspektasi.	17	77%	4	18%

Berdasarkan table 1.4 hasil prasurvey tentang Kepuasan Pelanggan di Kedai Rimbun dapat dinyatakan bahwa para konsumen merasa puas karena produk yang ada menarik perhatian dan penyajian produk di Kedai Rimbun sesuai dengan ekspektasi namun para konsumen kurang berminat untuk merekomendasikan produk Kedai Rimbun kepada orang lain.

Dari hasil presurvey diatas dapat di simpulkan bahwa terdapat fenomena antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, dimana Kepuasan

Pelanggan memiliki nilai positif sebanyak 2 sedangkan Kualitas Produk dan Harga hanya memiliki nilai positif 1.

Berdasarkan latar belakang di atas serta hasil prasurvey peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Rimbun V Hotel & Residence Bandung”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan hasil pra survey yang telah dikemukakan diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Menu yang ada di kedai rimbun kurang memiliki keistimewaan dibandingkan dengan tempat lain serta makanan dan minuman yang ada tidak menjangkau semua kalangan baik dari anak kecil hingga orang tua.
2. Harga yang ditawarkan kurang terjangkau oleh sebagian kalangan. Selain kurang terjangkau harga yang dipatok juga kurang sesuai dengan produk yang disajikan serta harga yang ditawarkan lebih mahal di bandingkan dengan harga competitor atau pesaing.
3. Para pelanggan yang sudah berkunjung kurang berminat untuk merekomendasikan produk kedai rimbun kepada orang lain.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka yang menjadi objek penelitian ini yaitu Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pelanggan di Kedai Rimbun V Hotel & *Residence* Bandung.

Unit Observasi pada penelitian ini adalah Kedai Rimbun V Hotel & *Residence* Bandung.

Variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas produk dan harga dianggap konstan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan Batasan masalah yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai kualitas produk, harga dan Kepuasan Pelanggan di Kedai Rimbun.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Rimbun.
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Rimbun.
4. Seberapa besar pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Rimbun.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan di Kedai Rimbun V Hotel & Residence Bandung.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mendeskripsikan dan menganalisis kualitas produk di Kedai Rimbun.
2. Untuk mengetahui mendeskripsikan, dan menganalisis harga produk di Kedai Rimbun.
3. Untuk mendeskripsikan, dan menganalisis kepuasan pelanggan di Kedai Rimbun.
4. Untuk mengukur besarnya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Rimbun.
5. Untuk mengukur besarnya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Rimbun.
6. Untuk mengukur besarnya pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Rimbun secara simultan.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara praktis maupun teoritis.

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang berharga bagi manajemen Kedai Rimbun V Hotel & Residence Bandung dalam hal penyusunan kebijakan dimasa yang akan datang yang berkaitan dengan perencanaan, dan evaluasi penjualan produk, khususnya yang berkaitan dengan kualitas, harga dan kepuasan konsumen di Kedai Rimbun V Hotel & Residence Bandung.

2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti secara teoritis dan praktis mengenai pengaruh kualitas dan harga terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rimbun V Hotel & Residence Bandung, dan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lanjutan sebagai referensi atau acuan tambahan untuk penelitian yang sesuai dimasa yang akan datang.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini yaitu Kedai Rimbun V Hotel & Residence Bandung, yang beralamat di Jl. Terusan Ir. Sutami III, Sukagalih Kota Bandung dengan memperoleh data melalui kuesioner yang diberikan kepada responden.

Tabel 1.5

Jadwal Penelitian dan Penyusunan Laporan

Uraian	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																								
Pencarian Fenomena																								

