

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang yang sangat modern ini, terdapat beberapa makanan baru dari luar negeri masuk ke Indonesia seperti *burger*, *spagetthi*, *sushi*, *pancake*, *bibimbap* dan masih banyak lainnya. Namun, masyarakat Indonesia khususnya kaum muda sekarang ini, lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan-makanan yang berasal dari luar negeri daripada dalam negeri. Hal ini dikarenakan banyak makanan dari luar negeri yang memiliki penampilan dan rasa yang unik, serta rasa penasaran masyarakat akan hal-hal baru.

Hal ini semakin di dukung dengan banyak persaingan bisnis, sehingga banyak pemilik resto harus memiliki sebuah strategi untuk dapat mempertahankan para konsumen tetap dan juga mendatangkan konsumen baru. Dikarenakan semakin banyaknya persaingan, maka para konsumen menempatkan kepuasan yang di dapat dari sebuah resto menjadi sebuah tujuan utama mereka datang ke sebuah resto.

Kotler (2014) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah ukuran untuk membandingkan antara harapan dengan realita yang di berikan oleh perusahaan yang menimbulkan perasaan. Dalam sebuah bisnis, kepuasan pembeli merupakan suatu hal yang didahulukan dalam sebuah bisnis, karena kepuasan pelanggan menjadi sebuah tolak ukur bagi perusahaan, apakah keinginan dan harapan produsen sudah sesuai dengan produk yang telah dibelinya.

Kepuasan konsumen juga dapat menjadi sebuah dampak yang positif bagi para produsen atau pebisnis, dikarenakan dapat memberikan keuntungan jangka panjang. Kualitas produk atau jasa yang ditawarkan adalah salah satu faktor dari banyak faktor yang dapat menentukan tingkat

kepuasan pelanggan, sebab kualitas produklah yang berperan paling besar dalam menentukan pelanggan akan membeli produk yang dijual atau tidak.

Semakin baik dan berkualitasnya produk dan jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka kepuasan pelanggan yang didapat semakin tinggi juga dan bila terdapat kesenjangan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas produk maka dapat menyebabkan kehilangan pelanggan dan kerugian.

Kotler dan Armstrong (2012) mengatakan juga bahwa harga merupakan jumlah uang yang di minta dari seorang penjual jasa atau produk kepada pembelinya atau dengan kata lain harga merupakan harga yang ditukar dan wajib di berikan oleh pembeli untuk dapat menikmati produk atau jasa.

Disamping itu harga merupakan suatu strategi untuk *branding*, karena pelanggan atau konsumen mempersepsikan produk dengan harga yang tinggi akan menunjukkan citra kualitas yang tinggi dan eksklusifitas dan sebaliknya. Sebab itu, tidak mengherankan barang atau produk yang spesial dijual dengan harga yang mahal.

Perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan suatu produk tentu saja dari kualitas yang dimiliki oleh produk itu sendiri, kualitas produk tentu saja menjadi criteria utama konsumen dalam memilih produk yang tepat bagi dirinya, kualitas produk sendiri dapat membantu perusahaan untuk lebih mudah bersaing dengan pesaing-pesaing yang menguasai pasar.

Menurut Gaspersz (2005) dampak yang terjadi pada biaya produksi dan dampak yang terjadi pada pendapatan perusahaan merupakan dua dampak positif utama yang disebabkan oleh kualitas produk yang diproduksi oleh perusahaan.

Perusahaan tentunya akan memproduksi produk dengan kualitas baik. Untuk memproduksi produk dengan kualitas yang baik, maka perusahaan akan memiliki standard tinggi dalam proses produksi agar

terhindar dari kerusakan. Standard tinggi ini akan mempengaruhi biaya produksi.

Jika perusahaan menghasilkan produk dengan kualitas baik dan harga yang bersaing, maka akan banyak pelanggan yang mencari dan membeli produk perusahaan tersebut dan akan terjadi peningkatan penjualan yang mengakibatkan kenaikan pendapatan.

Sedangkan perusahaan akan bertahan karna adanya bantuan pengendalian kualitas tersebut, dan peningkatan kualitas produk, dengan mengendalikan tingkat kerusakan produk sampai mencapai titik terbaik harus dilakukan perubahan secara berkala atau secara terus menerus.

1.2 Identifikasi Masalah

- 1) Belum diketahui secara spesifik apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- 2) Beberapa produk memiliki harga yang cukup mahal.

1.3 Perumusan Masalah

Dengan didasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka berikut adalah beberapa masalah yang dapat diidentifikasi:

1. Apakah kualitas yang dimiliki produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumen di Pan & Co?
2. Apakah harga produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pan & Co?

1.4 Batasan Penelitian

Untuk menjaga fokus dari penelitian ini, maka penelitian akan fokus pada pengaruh harga serta kualitas produk Pan & Co terhadap kepuasan konsumen Pan & Co di Sumarecon Mall Kelapa Gading Jakarta.

1.5 Tujuan penelitian

Setelah meninjau perumusan masalah yang dijabarkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki beberapa tujuan berikut:

1. Mengetahui seberapa besar kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Pan & Co.
2. Mengetahui seberapa besar harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Pan & Co.
3. Mengetahui seberapa besar kualitas produk dan harga secara simultan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Pan & Co.

1.6 Manfaat Penelitian

Setelah menelaah latar belakang serta pengidentifikasian masalah yang ada, maka beberapa manfaat praktis yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

a) Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti lain yang sedang meneliti topik yang sama adalah memberikan dampak positif dengan menambah pengetahuan dan wawasan yang berkaitan akan pengaruh kualitas dari produk yang diproduksi serta harga yang ditetapkan perusahaan terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Sebagai bahan saran dan informasi untuk Pan & Co, Sumarecon Mall Kelapa Gading mengenai hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya seperti kualitas dari produk

yang diproduksi serta harga yang ditetapkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat menilai apakah kebijakan yang telah diambil selama ini sudah tepat atau memikirkan strategi selanjutnya dalam persaingan bisnis yang ada.

b) Bagi Perusahaan

Penulisan ini akan memberikan suatu kesimpulan dan juga identifikasi yang telah diteliti dari segi variasi, kualitas dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan yang akan selalu dihadapi semua perusahaan.

c) Bagi Pihak Lain

Penulisan ini akan diharapkan bisa dijadikan tambahan pengetahuan ataupun bahan masukan bahan bagi para pembaca dan rekan-rekan mahasiswa mengenai kepuasan pelanggan.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I: Pada bab I ini berisikan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Pada bab II ini berisikan mengenai tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran.

BAB III: Pada bab III ini berisikan mengenai metodologi penelitian.

BAB IV: Pada bab IV ini berisikan analisis hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V: Pada bab V ini berisikan kesimpulan dan saran.