

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Belakangan ini dunia kuliner sedang berkembang dan tumbuh dengan amat pesat. Tidak dapat dipungkiri semakin banyak juga yang tertarik dan berminat untuk memiliki usaha di dunia makanan dan minuman khususnya di kota Jakarta yang menjadi Ibu Kota dan tempat persinggahan penduduk asing maupun lokal dalam menjalankan *Business Trip*. Dikarenakan juga semakin tingginya tingkat konsumtif masyarakat dan jumlah penduduk yang tidak sedikit maka tak hanya restoran, toko kue ataupun *café*, kini Hotel juga melebarkan bisnisnya dibidang kuliner. Seperti Hotel Le Meridien yang merupakan sebuah hotel yang terletak di jantung ibukota Jakarta dan identik dengan nuansa khas Jawanya. Hotel *Le Meridien* terdapat sebuah toko yang khususnya menjual kue dan roti khas Perancis bernama *La Boutique Gourmande*. Hotel *Le Meridien* Jakarta memiliki kue yang menjadi ciri khas atau *iconic* yaitu *Éclair* dan *Mille feuille*. Ciri khas tersebut yang membedakan toko kue di *Le Meridien* dengan toko kue yang lain. Menurut Airlangga Hartanto yang dirangkum dalam Tempo.Co (20 april 2019) bahwa ia memperkirakan adanya peningkatan industri makanan dan minuman di tahun 2019 diatas 9 persen dan penanaman modal sebanyak Rp 63 triliun pada sektor makanan dan minuman, disamping itu berdasarkan artikel yang dirangkum oleh Okezone.com (06 Januari 2019) menuliskan bahwa pada tahun 2018 Kementrian Perindustrian menjelaskan bahwasanya sektor makanan dan minuman menyumbang produk domestik bruto nasional sebesar 6,39 persen (naik 0,23 dari tahun 2017), dan berhasil masuk menjadi lima besar penyumbang PDB terbesar. Hal tersebut membuat yakin pada tahun 2019 bisnis kuliner akan terus menjadi primadona. Karena semakin maraknya bisnis kuliner maka memiliki usaha dibidang makanan dan minuman tidak lepas dari persaingan yang ketat. Karena itu para produsen atau pedagang harus memiliki sebuah strategi untuk dapat mempertahankan para konsumen tetap dan juga mendatangkan konsumen baru. Dikarenakan semakin banyaknya persaingan, maka para konsumen menempatkan kepuasan

pelanggan menjadi sebuah tujuan utama. Kotler (2014:150) mendefinisikan kepuasan konsumen yaitu suatu perbandingan kinerja produk terhadap yang diharapkan dan diinginkan oleh konsumen dan membuat munculnya perasaan senang atau kecewa. Dalam sebuah bisnis, kepuasan konsumen menjadi 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. Salah satu penyebab kepuasan bagi konsumen adalah kualitas produk, sebab kualitas produklah yang berperan paling besar dalam menentukan pelanggan akan membeli produk yang dijual atau tidak. Menurut Sunyoto (2015:284) “kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya”. Semakin baik dan berkualitasnya produk dan jasa yang diberikan dari perusahaan, maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan dan bila terdapat kesenjangan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas produk maka dapat menyebabkan kehilangan pelanggan dan kerugian. Sebab itu, pentinglah untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk. Kue dan roti yang diproduksi di *La Boutique Gourmande* untuk selalu mengikuti standarisasi dan prosedur yang ada, hal tersebut yang menjadi patokan untuk kualitas kue dan roti untuk sama setiap harinya. Sehingga pelanggan tidak akan kecewa dengan makanan yang dibeli melainkan akan selalu merasa puas dan akan menjadi tempat berlanggan.

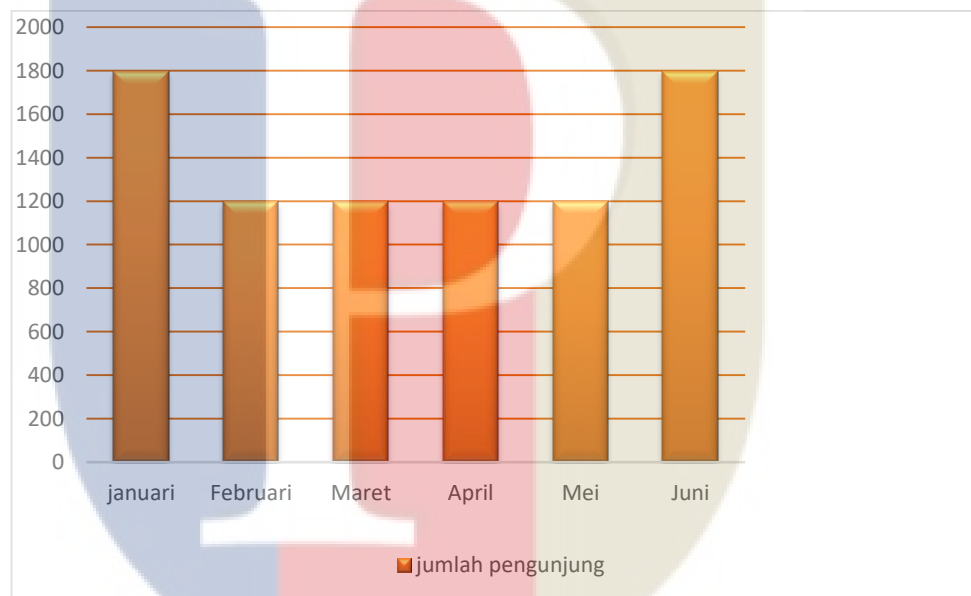
Kualitas produk tak lepas dari berbagai faktor yang menunjang, seperti dari sisi variasi produk yang merupakan banyaknya jenis dan hal-hal tambahan yang menunjang efektivitas dari kue dan roti yang diproduksi. Dalam hal ini, *La Boutique Gourmande* menjual kue yang selalu berganti setiap bulannya atau yang disebut dengan *cake of the month*, dimana kue tersebut diproduksi untuk bulan itu saja dan berganti setiap bulannya. Selain itu *La Boutique Gourmande* menjual makanan yang cukup lengkap, mulai dari roti dengan rasa khas Indonesia, roti khas Perancis, *doughnut*, kue ulang tahun, *brownies*, *chocolate praline* sampai kue potongan (*sliced cake*). Bukan

hanya itu toko kue ini juga menjual variasi kue dengan berbagai ukuran, mulai kue yang ukuran satu kilogram hingga enam kilogram. Selain itu juga menawarkan pembuatan kue yang bentuk dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen (*design by request cake*). Dengan adanya ketersediaan beragam produk sehingga menjadi daya tarik pelanggan disaat menjamurnya usaha kuliner.

Hotel Le Meredien merupakan hotel berbintang lima, dimana produk dan jasa yang diberikan dapat dinikmati oleh masyarakat kalangan menengah hingga atas. Hal itu berpengaruh terhadap harga kue dan roti yang dijual. Seperti pepatah yang mengatakan ada rupa ada harga, itu yang menyebabkan harga produk di La Boutique dapat tergolong sedikit mahal. Definisi Kotler dan Armstrong (2012:345) “harga dapat diartikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya”. 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. Harga merupakan sebuah cerminan atau sejumlah uang yang dapat mendeskripsikan kualitas suatu produk. Tak dapat dipungkiri, sebagian besar produk ataupun jasa yang tergolong kelas atas akan menyebabkan harga yang mahal. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *brand awareness* karena pelanggan atau konsumen cenderung mempersepsikan produk dengan harga yang mahal akan menunjukkan kualitas produk yang tinggi dan eksklusifitas dan sebaliknya, kemudian mahalnya bahan pokok dan waktu pengerjaan atau tingkat kerumitan dalam pengerjaan. Tetapi tidak sedikit juga produk-produk yang menawarkan dengan harga terjangkau namun memiliki kualitas yang dapat melampaui harapan bahkan menyerupai kualitas produk dengan harga yang mahal. Walaupun *Le Boutique Gormande* memproduksi

kue-kue dan roti yang premium, karena menggunakan bahan yang berkualitas dan selalu segar setiap hari, namun produk yang dijual tergolong terjangkau dan *reasonable* untuk kelas menengah ke atas. Sebab itu, banyak tamu yang datang secara terus menerus hampir setiap minggu untuk memenuhi kepuasaannya.

Dengan baiknya kualitas produk dan harga yang masuk akal maka tidak heran dengan tingginya permintaan konsumen dan juga faktor lokasi yang strategis karena terletak di tengah perkantoran dan di Ibu Kota Jakarta. Suasana toko yang nyaman untuk bersantai ditengah kesibukan kerja dan juga fasilitas *wifi* yang tersedia juga membuat *La Boutique Gourmande* ramai dikunjungi. Hal tersebut ditunjukkan pada tabel berikut ini:



Sumber: *La Boutique Gourmande*

Grafik 1.1 Jumlah Pengunjung *La Boutique Gourmande* dalam Satu Semester

Berdasarkan informasi dari Ibu Retty Asriningpuri (2019) sebagai *supervisor* yang bekerja di *La Boutique Gourmande* menjelaskan bahwasanya tingkat penjualan di *La Boutique Gourmande* cukup stabil dan terdapat kenaikan akibat tingginya permintaan konsumen pada bulan Januari dikarenakan tahun baru dan Juni karena memperingati hari raya idul fitri.

Berdasarkan observasi awal, peneliti melakukan pengamatan dan mendapatkan informasi bahwa belum diketahuinya kepuasan pelanggan dan juga masih banyak terdapat keluhan mengenai produk yang dihasilkan, dari segi rasa, estetika dan juga harga beberapa produk yang cukup mahal. Hal itu menyebabkan beberapa pelanggan menjadi bingung dengan kue atau roti yang dibelinya, maka dari itu perlu diberi perhatian lebih sehingga produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan ekspektasi dari pembeli. Bukan hanya itu, peneliti juga menemukan masalah dengan lamanya waktu pengerjaan yang disebabkan jarak *kitchen* dan toko kue yang cukup jauh dan kurangnya tenaga kerja. Sehingga menyebabkan pembeli harus menghabiskan waktu lebih untuk menunggu.

Menurut uraian diatas, sehingga membuat penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lagi dan mengkaji mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian tersebut penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen di *La Boutique Gourmande, Le Meridien Hotel Jakarta*”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Belum diketahui kepuasan pelanggan.
2. Masih banyak terdapat keluhan mengenai produk yang dihasilkan.
3. Pengerjaan yang memakan waktu lama sehingga konsumen harus menunggu lebih lama.
4. Beberapa produk dengan harga yang cukup mahal.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Menurut latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk di toko *La Boutique Gourmande*?
2. Bagaimana harga produk di toko *La Boutique Gourmande*?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan di toko *La Boutiique Gourmande*?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan di toko kue *La Boutique Gourmande*?

#### 1.4 Batasan Penelitian

Menurut perumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka dilakukanlah batasan masalah terhadap masalah yang dibahas dalam penelitian ini, dan juga penelitian ini fokus pada kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan konsumen *La Boutique Gourmande* di Hotel *Le Meridien* Jakarta. Cara untuk mengumpulkan data pada penelitian ini dengan teknik angket atau kuesioner dan menggunakan metode kuantitatif.

#### 1.5 Tujuan penelitian

Dari perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk di toko kue *La Boutique Gourmande*.
2. Untuk mengetahui bagaimana harga produk di toko kue *La Boutique Gourmande*
3. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan di toko kue *La Boutiique Gourmande*.
4. Untuk mengetahui hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko kue *La Boutique Gourmande*.

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat secara praktis sebagai berikut:

##### a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat memberikan dampak positif dengan menambah pengetahuan dan wawasan yang berkaitan akan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Sebagai bahan masukan dan informasi untuk *La Boutique*, Hotel *Le Meridien* Jakarta mengenai hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya seperti kualitas produk dan harga untuk memenuhi syarat-syarat kepuasan pelanggan, sehingga dapat menentukan langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.

##### 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 dihadapi oleh perusahaan.

**c. Bagi pihak lain**

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

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.

