

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis yang berkembang sangat pesat saat ini salah satunya adalah bisnis makanan atau yang dikenal dengan kuliner. Semakin banyaknya bisnis kuliner mengharuskan pelaku usaha harus memiliki strategi agar usaha tersebut dapat bertahan dan terus meraup keuntungan. Di sisi lain, dalam usaha kuliner masih banyak pelaku usaha yang tidak dapat mempertahankan usaha kuliner tersebut karena kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi penjualan yang digunakan kurang tepat. Dalam Hilaliyah, Dkk (2017) kualitas produk merupakan salah satu faktor yang membuat sesuatu produk terlihat berbeda. Dengan menciptakan kualitas produk yang unik bisa menjadi alternatif untuk membedakan *Café* dan *resto* yang satu dengan yang lainnya. Kualitas produk merupakan salah satu ujung tombak dalam mencapai tingkat kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, dalam meningkatkan persaingan perusahaan juga harus mampu memberikan dan menghasilkan produk yang terbaik dan memenuhi selera pelanggan yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Kotler dan Keller (2012:316) dalam Ogi, Dkk (2016) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen.

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah posisi utama dalam suatu pemasaran. Kualitas pada kinerja produknya memiliki dampak secara langsung sehingga semakin tinggi tingkat kualitas produk, maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan pula oleh penerapan kualitas produk yang tepat. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Dari hasil Penelitian Hayati dan sekartaji (2015); Ginting, Dkk (2015); Farah, Imelda, Silcyljeova (2016); Nainggolan, Pradhanawati & Hidayat (2016); Ismail, Nazief, Boge (2016) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Demikian halnya dengan kualitas pelayanan, semakin baik kualitas pelayanan maka akan menciptakan kepuasan konsumen, konsumen yang puas akan berhubungan pada terciptanya loyalitas. Menurut Tjiptono (2008) dalam Nurdiansyah & Mutadji, (2016) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Indikator kualitas layanan yang berhubungan dengan *Café* antara lain kehandalan, daya tanggap, bukti fisik, jaminan dan empati. Banyaknya pilihan *Café* akan memudahkan konsumen untuk berpindah dari *Café* satu ke *Café* lainnya yang menurut mereka lebih

baik. Oleh karena itu, para pelaku bisnis harus jeli dalam melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan konsumen agar mampu memberikan kepuasan pada konsumen sehingga tidak beralih pada kompetitor. Karena konsumen yang mengalami ketidakpuasan, konsumen tersebut akan mudah untuk beralih ke *Café* yang lain.

Hasil penelitian Ginting, Dkk (2015); Oxtafiani, Widowati (2017); Nainggolan perona, Pradhanawati ari & Hidayat wahyu (2016); Kristina , Edwar Muhammad (2017); Farah, Imelda, Silcyljeova (2016); Anggraeni, soegoto, Agus (2019); Susilowati, Haliyati, Ahmad (2017)' Muhammad, Matadji (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Maraknya bisnis kuliner membuat perubahan pada segmen pasar yang ada. Beberapa tahun mulai banyak bermunculan bisnis kuliner yang menyebabkan segmen pasar semakin potensial. Dalam membuat rencana bisnis pemilihan lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi usaha juga akan berhubungan dengan masalah efisiensi transportasi, sifat bahan baku atau sifat produknya dan kemudahannya mencapai konsumen, sehingga berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009 : 17) dalam Ginting, Dkk (2015) bahwa Lokasi merupakan setiap lapisan perantara pemasarannya akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir. Menurut Tjiptono (2000;

41 – 43) dalam Nainggolan, Dkk (2016) salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut, Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau, Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat, Lalu lintas ada 2 hal yang diperhatikan, Tempat parkir yang luas dan aman, Ekspansi yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari, Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan, Persaingan yaitu lokasi dengan pesaing sejenis dan Peraturan pemerintah. Dari definisi tersebut maka disimpulkan Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar.

Seperti penelitian yang dilakukan Nainggolan, dkk (2016); Ginting, Dkk (2015) Febriana, dkk (2016) yang menyatakan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kondisi ini menyebabkan bisnis kuliner memasuki fase persaingan yang semakin ketat. Agar bisnis kuliner dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat dan terus bermunculannya pesaing baru adalah dengan menjaga kepuasan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka konsumen akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi,

konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas dan senang (Kotler dan Keller, 2008 : 117)

Kota Purwokerto merupakan kota dengan beragam usaha kuliner. Ada banyak bisnis kuliner di Purwokerto, beberapa bisnis kuliner di Purwokerto yaitu *Café Ora Umum*, *Café Society*, *Bebek Goreng Hj. Slamet*, *Dirty Chick*, *Café Upnormal*, *Cargloss Café*, *Ayam Bakar Madu*, *IGA Bakar* dan masih banyak lagi bisnis kuliner lainnya. Hadirnya berbagai bisnis kuliner di Purwokerto membawa perusahaan berada dalam persaingan yang begitu ketat, masing – masing perusahaan berlomba – lomba untuk menarik minat beli konsumen dengan cara menawarkan produk yang berkualitas, sehingga perusahaan perlu menerapkan strategi pemasarannya agar mendapatkan kepuasan konsumen.

Cargloss Café adalah salah satu *Café* diantara beberapa *Café* dikota Purwokerto. Dalam gerakan operasionalnya sehari – harinya *Cargloss Café* ini menyediakan menu makanan & minuman yang higienis dan cepat. Alasan memilih obyek di *Cargloss Café* karena *Café* memiliki konsep yang menarik dengan tema *vintage* dan terdapat dua konsep yaitu konsep *indoor* (ruang ber AC) dan *outdoor (smoking area)*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk memilih *Cargloss Café and resto* sebagai objek penelitian karena *Cargloss Café* merupakan salah satu *Café* yang berlokasi di Purwokerto yang beralamat di Jalan Raya Baturaden No.9,Pabuaran, Purwokerto *Café* ini mengusung konsep yang unik dan menarik yakni terdapat empat ruangan dengan tema

yang berbeda yaitu *vintage*, *shabby chic*, *retro* dan *navy*. Dan terdapat dua konsep ruangan yaitu konsep *indoor* (ruang ber AC) dan *outdoor (smoking area)* Biasanya *Café* maupun restoran hanya mengusung satu konsep & tema saja, tetapi *Cargloss Café* menggunakan dua konsep & empat tema hal seperti ini masih sangat jarang.

Cargloss Café buka setiap hari yakni pukul 10:00-22:00 khusus malam minggu buka pukul 10:00-23:00. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan juga sangat baik terlihat dari keramahan karyawan dalam menyapa pelanggan yang datang ke *Café* tersebut. Selain memiliki *store atmosphere* yang menarik serta pelayanan yang ramah, produk makanan dan minuman yang dijual juga sangat beragam mulai dari makanan *western* hingga makanan asia seperti ayam geprek judes special, nasi pedro (pedas' bro), nasi gila, iga bumbu rawit, *thai fried rice*, *chicken katsu*, dll. Produk minuman khas yang dijual di *Café* ini seperti *infused water*, *mixed fruit punch*, *milovers*, dan masih banyak lagi. Dengan banyaknya menu yang disediakan bertujuan untuk memanjakan para konsumennya.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Diza dkk (2016) hanya mengambil variable Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk serta menambahkan variabel Lokasi dari penelitian Ginting (2015). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variable penelitian dan subjek penelitian. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas

Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Cargloss *Café* dan resto Purwokerto).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi penjualan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cargloss *Café* dan resto?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cargloss *Café* dan resto?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cargloss *Café* dan resto?
4. Apakah lokasi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cargloss *Café* dan resto?

C. Pembatasan Masalah

Agar dalam pelaksanaanya lebih mengarah pada maksud dan tujuan penulisan. Maka dilakukan pembatasan permasalahan:

1. Objek yang di teliti adalah Cargloss *Café* dan resto.
2. Masalah yang di teliti dalam penelitian ini adalah fenomena penurunan konsumen di Cargloss *Café* dan resto apakah ada hubunganya dengan variabel yang diteliti oleh penulis.

3. Latar belakang konsumen memilih *Cargloss Café* dan resto apakah ada hubungannya dengan variabel yang diteliti.
4. Waktu penelitian, penulis melakukan penelitian pada bulan Desember sampai dengan bulan Juni 2019.

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis Kualitas produk, Kualitas pelayanan, dan Lokasi secara simultan terhadap Kepuasan konsumen
- b. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen.
- c. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen.
- d. Untuk menganalisis Lokasi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi *Cargloss Café* dan resto

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan gambaran bagi produsen kuliner seperti *Café* dan resto untuk dapat memberikan perhatian yang lebih baik terhadap Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi karena semua faktor tersebut mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi Akademis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam menganalisis suatu masalah dan mengambil keputusan dan kesimpulan.
- 2) Penelitian ini dapat diharapkan mampu menambah wawasan dalam berfikir secara teoritis dan kritis.
- 3) Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

c. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi penelitian yang akan datang bagi mahasiswa manajemen serta dapat berguna sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada khususnya.