

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam bidang usaha kuliner semakin ketat. Setiap restoran dituntut agar mampu mengoptimalkan kinerja restorannya untuk dapat bersaing dalam bidang usaha kuliner. Restoran seharusnya sanggup memenuhi keperluan dan harapan pelanggannya. Sebab itu, untuk memperkuat dan menciptakan kepuasan pada pelanggannya seharusnya restoran merancang strategi pemasaran.

Bisnis dalam bidang usaha kuliner yang menghasilkan produk dengan macam yang sejenis akan tetapi rasa makanan, kualitas pelayanan, dan harganya beraneka ragam, membuat persaingan dalam bidang usaha kuliner semakin ketat, untuk mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya para pengusaha kuliner seharusnya menciptakan strategi yang berhasil menarik para pelanggan untuk mengonsumsi produk dan menggunakan jasa yang ditawarkan, agar pelanggan merasa puas terhadap produk dan jasa yang telah mereka beli, para pengusaha kuliner perlu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Khususnya dalam menjalankan kegiatan usaha bidang kuliner setiap restoran senantiasa memperhatikan kepuasan para pelanggannya. Saat ini banyak pengusaha kuliner yang semakin memahami arti penting dari kepuasan pelanggan

dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Restoran melakukan persaingan yang sangat ketat demi memberikan kepuasan terhadap para pelanggan. Menurut Kotler (2010) kepuasan adalah perasaan gembira atau kecewa seseorang terhadap suatu produk atau jasa setelah apa yang diberikan sama dengan harapan atau lebih dari yang diharapkan.

Khususnya usaha dalam bidang kuliner kepuasan pelanggan akan memberikan manfaat pada restoran. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan maka mereka cenderung untuk membeli ulang produk dan jasa yang telah mereka konsumsi atau gunakan. Kepuasan pelanggan akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan pada calon pelanggan lain dan menyampaikan informasi mengenai hal-hal yang baik tentang restoran kepada calon pelanggan (Daryanto & Setyobudi, 2014). Didalam mencapai keberhasilan bisnis suatu restoran kepuasan pelanggan merupakan indikator yang sangat penting untuk mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis restoran (Assauri, 2012). Restoran dapat mempertahankan keberadaan pelanggannya dengan memperhatikan kepuasan pelanggan (Kotler & Keller 2010).

Bidang usaha kuliner kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu keberhasilan suatu restoran. Mempunyai sifat yang dinamis kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang unik. Terhadap suatu barang atau jasa dari waktu ke waktu tingkat kepuasan seseorang selalu berubah-ubah. Kebutuhan, keinginan dan harapan tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya, demikian juga dengan

tingkat kepuasan pelanggan selalu berbeda-beda, tergantung dari kondisi eksternal dan internal yang melekat pada pelanggan itu sendiri.

Daryanto, dan Setyobudi (2014) menyatakan bahwa *food quality*, *service quality*, dan *price* menjadi faktor penting yang dapat mendorong terjadinya kepuasan pelanggan. Khususnya dalam bidang kuliner, diharapkan kepada pemilik usaha betul-betul memperhatikan faktor pendorong tersebut. Dalam suatu restoran faktor *food quality*, *service quality*, dan *price* akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan setelah mengonsumsi produk atau jasa suatu restoran. Di dalam bisnis kuliner *food quality* menjadi faktor penentu restoran, untuk menciptakan kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas dalam hal rasa, porsi, citra rasa yang khas adalah kemampuan *food quality* untuk melaksanakan berbagai fungsi. *Food quality* mendeskripsikan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2010).

Diperlukan suatu standarisasi kualitas untuk mencapai *food quality* yang diinginkan. Dalam menjaga kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk, produk tersebut harus memenuhi standar yang telah ditetapkan.

Khususnya melakukan pembelian kembali atau tidak pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Sebab itu, pengusaha kuliner harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Restoran harus cepat tanggap, yaitu dengan upaya pengembangan produk, agar kebutuhan dan harapan pelanggan tersebut terpenuhi (Assauri 2012).

Service quality menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing bagi restoran, khususnya yang bergerak dalam bidang usaha kuliner. Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010). Dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan *service quality* merupakan suatu cara yang sangat konsisten. Untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan adalah harapan bagi semua pelanggan. Daya tarik pelanggan adalah mendapatkan pelayanan yang berkualitas. Untuk meningkatkan penjualan, pelayanan yang berkualitas akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang.

Selain *service quality*, kebijakan penetapan harga harus diperhatikan oleh setiap restoran untuk bersaing dalam dunia bisnis, terutama usaha dalam bidang kuliner. Menurut Kotler dan Armstrong (2010) *price* adalah keuntungan sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan restoran kepada pelanggan untuk memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Murah atau mahalnya harga suatu produk atau jasa sangat relatif sifatnya tergantung pada kebijakan restoran dalam mempertimbangkan berbagai hal. Agar harga yang ditentukan tersebut tidak terlalu rendah atau terlalu tinggi, perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing. Bagi pelanggan, suatu produk atau jasa sering dikaitkan dengan harga sebagai suatu manfaat yang diperoleh. Sebagai indikator kualitas produk dan kualitas pelayanan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan bagi para pembeli (Assauri 2012). Untuk memberikan *price* yang sesuai dengan *food quality* dan *service quality* yang ditawarkan, restoran dituntut untuk memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas sebagai nilai lebih.

Fenomena berkembangnya usaha kuliner juga terjadi di Ponorogo, ada bermacam-macam usaha kuliner di Ponorogo yang dimulai dari skala kecil seperti angkringan, dan warung-warung usaha kuliner berskala menengah seperti depot, dan *cafe*, sampai dengan usaha kuliner berskala besar seperti restoran. Banyaknya macam-macam kuliner yang disajikan dan semakin berkembangnya jumlah kedai yang menyajikan kuliner di Ponorogo, hal ini menjadikan daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian tentang bisnis usaha kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner yaitu restoran, salah satu jenis kuliner yang ada di Ponorogo yaitu Geprek Assalam 99, merupakan usaha kemitraan atau *franchise* yang didirikan oleh Bapak Pramudhieta yang terletak di Krian, Sidoarjo, Jawa Timur. Setelah membuka bisnis ini pada awal 2016, ia baru menawarkan kemitraan akhir 2016. "Saat ini sudah ada 5 gerai tersebar di Krian, Ponorogo, Madiun, Boyolali, dan Gemolong Sragen.

Salah satu mitra tersebut adalah Bapak Suryono yang membuka restoran Geprek Assalam 99 di Ponorogo. Geprek Assalam 99 Ponorogo memiliki lokasi yang strategis yaitu di Ponorogo bagian kota, menyediakan berbagai menu masakan ayam yang bervariasi dan dilengkapi dengan fasilitas hotspot, musik mp3.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti memperoleh informasi bahwa pelanggan merasa masih ada beberapa pelanggan yang berpendapat bahwa rasa makanan yang disajikan terkadang masih berubah-ubah untuk jenis yang sama. Masih ada beberapa pelanggan yang berpendapat bahwa pelayanannya kurang ramah, ada juga pelanggan yang menunggu pesannya terlalu lama, hal ini

membuat pelanggan cuma membuang waktu selama menanti pesanan, kurang komunikasi antara pegawai terhadap pelanggan sehingga terjadinya kesalahan dalam pemesanan. ada juga pelanggan yang berpendapat bahwa persepsi harga yang ditetapkan. belum sesuai dengan manfaat sesuai dari apa yang telah dibayarkan.

Geprek Assalam 99 Ponorogo berusaha memperbaiki, mempertahankan *food quality*, *service quality*, dan tetap menerapkan *price* yang terjangkau.

Berdasarkan uraian tersebut masih terdapat pelanggan yang merasa dari segi *food quality* dan *service quality* pada *price* yang ditawarkan masih belum sesuai dengan manfaat yang diperoleh.

Mendasar pada uraian tentang pentingnya *food quality*, *service quality*, dan *price*, terhadap kepuasan pelanggan maka penelitian ini mengajukan judul “Pengaruh *Food Quality*, *Service Quality* dan *Price* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo “ (Studi Kasus Pada Pelanggan Geprek Assalam 99 Ponorogo)

B. Perumusan Masalah

1. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo ?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo?
3. Apakah *Price* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo ?

4. Apakah *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Price* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo ?

C. Identifikasi Masalah

1. Masih terdapat pelanggan Geprek Assalam 99 Ponorogo yang merasa kualitas makanan yang disajikan masih berubah-ubah untuk jenis yang sama dalam hal rasa.
2. Masih terdapat pelanggan yang berpendapat bahwa pelayanannya kurang ramah
3. Masih terdapat pelanggan yang berpendapat bahwa pelanggan menunggu pesannya terlalu lama
4. Masih terdapat pelanggan yang mengeluhkan kurangnya komunikasi antara pegawai dengan pelanggan sehingga terjadi kesalahan pemesanan
5. Masih terdapat pelanggan yang berpendapat bahwa persepsi harga yang ditetapkan. belum sesuai dengan manfaat sesuai dari apa yang telah dibayarkan.

D. Pembatasan Masalah

Supaya tidak menyimpang dari permasalahan dan dapat mencapai sasaran yang dituju, maka perlu dilakukan pembatasan masalah terhadap masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini difokuskan pada *Food Quality*, *Service Quality*, *Price*, dan Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo.

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Price* terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Price* terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Assalam 99 Ponorogo.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa
 - a) Penelitian ini diharapkan mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan untuk menghadapi masalah konkrit yang terjadi di lapangan.
 - b) Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai cara mengamalkan ilmu pada waktu kuliah dengan melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan pendidikan.
2. Bagi Pemilik Restoran
 - a) Sebagai bahan perencanaan dan perkembangan bagi pemilik restoran dalam mengatasi masalah yang ada dalam restoran.

- b) Sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik restoran dalam pengambilan keputusan.
 - c) Sebagai bahan pengambilan kebijaksanaan restoran dalam rangka meningkatkan penjualan
3. Bagi Pihak lain
- a) Sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya yang berminat dalam bidang pemasaran.
 - b) Dari hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut.

