

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen menempati posisi sentral bagi perusahaan. Karena itu, perusahaan yang berlomba-lomba memewujudkan ekspektasi konsumen dengan menyediakan atau menawarkan produk berkualitas dan jasa yang cepat dan efisien dengan harga yang relatif murah dengan layanan berkelas yang terus menerus ditingkatkan dalam rangka memuaskan konsumen. Kepuasan Konsumen ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya faktor ekspektasi (harapan)nya yang terpenuhi, harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan dan layanan yang memuaskan.

Kepuasan Konsumen adalah membandingkan antara apa diharapkan dengan hasil yang diberikan perusahaan. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk jasa atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakan serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Sebaliknya, jika mereka tidak dipuaskan, mereka akan beralih merek serta mengajukan keberatan pada produsen, pengecer dan bahkan menceritakannya pada konsumen lainnya.

Istilah ekspektasi sudah tidak asing lagi bagi sebagian orang. Pada dasarnya ekspektasi merupakan suatu harapan atau sesuatu yang diinginkan

terjadi. Harapan konsumen diyakini mempunyai peranan yang besar dalam evaluasi kualitas produk (barang dan jasa) dan Kepuasan Konsumen .

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas; dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula.

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam pemasaran. Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi konsumen bukan dari persepsi perusahaan. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan merupakan penilaian total atas keunggulan suatu produk yang dapat berupa barang ataupun jasa. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi persepsi tersebut, maka akan menimbulkan ketidakpuasan.

Kepuasan Konsumen dewasa ini menjadi perhatian utama pihak manajemen, khususnya pada bisnis restoran, rumah makan dan usaha waralaba yang bergerak dibidang makanan. Kepuasan Konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yang tidak secara langsung dapat dikendalikan oleh perusahaan. Konsumen adalah aset utama bagi perusahaan, apabila mereka tidak puas maka mereka tidak hanya berhenti melakukan transaksi tetapi juga dapat merusak citra perusahaan dimata konsumen dan calon konsumen lainnya.

Hal ini disadari sepenuhnya oleh pengusaha Rumah Makan Padang yang ada di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo. Karena itu, rumah makan-rumah makan tersebut dengan sekuat tenaga melakukan apapun dalam

mewujudkan harapan atau ekspektasi konsumen, bahkan hingga membuat semacam pengumuman yang di tempelkan di dinding rumah makan mereka yang berbunyi; *Jika Anda puas beritahu keluarga dan teman anda. Jika Anda tidak puas beritahu Kami.*

Berdasarkan observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada Rumah Makan Padang sekecamatan Ponorogo, peneliti temukan beberapa fenomena yang menarik, yaitu; 1) Ekspektasi konsumen terhadap produk (masakan Padang) Rumah Makan Padang adalah bahwa selalu enak meski pada kenyataannya, beberapa rumah makan Padang (yang dikelola orang non Padang) produk masakannya tidak berbeda dengan produk rumah makan pada umumnya, apalagi yang memasang harga murah. 2) Harga untuk sebuah produk makanan Padang relatif mahal. Fakta ini sesuai dengan kenyataan bahwa beberapa jenis produk dan bumbu masakan Padang memang didatangkan langsung (diimpor dari Padang) sehingga produknya dijual lebih mahal. Pada kasus ini yang menarik untuk dikaji adalah fenomena rumah makan Padang yang menjual produknya (masakan Padang) dengan harga yang relatif murah, padahal rasanya tidak jauh berbeda dengan masakan Padang umumnya yang relatif mahal.

Fenomena lainnya adalah Kualitas Layanan Rumah Makan Padang yang memang berkelas dan memiliki gaya tersendiri; yakni pelayan atau pramusaji yang dapat membawa beberapa jenis makanan dalam sekali jalan (dengan piring yang ditumpukkan sedemikian rupa). Keunikan lainnya adalah bahwa saat konsumen hanya memesan satu jenis makanan, pramu saji mengeluarkan dan menyajikan hampir seluruh masakan yang ada dalam

daftar menu, sesuatu yang membuat konsumen akhirnya mencoba masakan lain di luar pesanannya yang ujung-ujungnya akan mendatangkan pemasukan baru bagi Rumah Makan Padang.

Fenomena harga yang dianggap beberapa kali lebih mahal jika dibandingkan dengan rumah makan lainnya, pengusaha *Rumah Makan Padang* mengimbanginya dengan meningkatkan kualitas makanannya, baik dalam pemilihan bahan, kelengkapan bumbu hingga keragaman produk yang disajikan (dengan menambahkan varian dari produk yang sudah ada ataupun dengan menggabungkan resep masakan Padang dengan masakan Jawa dan masakan daerah lainnya). Dari sisi kualitas layanan, selain lebih meningkatkan keterampilan dan kualitas layanan Konsumen pada rumah makan, pengusaha Rumah Makan Padang juga membuka layanan selama 24 jam dan siap mengantar makanan ke pelanggan di rumah (*Delivery Order*).

Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen , khususnya di Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo. Dalam penelitian ini dipilih variabel Ekspektasi, Harga dan kualitas layanan sebagai fokus penelitian. Penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini berjudul *Pengaruh Ekpektasi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo*.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Ekspektasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo?
2. Apakah Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo?
4. Apakah Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo

- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo
- d. Untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi, Harga dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo

2. Kegunaan Penelitian

Setelah tujuannya diketahui, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

a. Peneliti

Sebagai pembelajaran dalam penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

b. Lembaga

Sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi pengembangan penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan Kepuasan Konsumen .

c. Instansi

Sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi peningkatan Kepuasan Konsumen , khususnya yang berhubungan dengan ekspektasi, harga dan kualitas layanan dan pengaruh signifikannya, baik secara parsial

maupun secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Padang di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

d. Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan bahan acuan dalam pengembangan penulisan dan penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh ekspektasi, harga dan kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen .

