

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pada sektor industri kuliner di Indonesia yang semakin pesat ditandai dengan semakin kompetitifnya dalam persaingan antar bisnis. Setiap perusahaan diharuskan untuk saling bersaing dengan perusahaan lain agar dapat tercapainya kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan dan mencapai keunggulan kompetitif. Pada dasarnya, semakin bertambah banyaknya perusahaan yang menawarkan suatu produk, maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhannya. Menurut (Jannah & Abidin, 2025) perusahaan harus mampu dalam menganalisis peluang pasar sehingga dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhan. Berdasarkan data yang diperoleh dari (Badan Pusat Statistik, 2023) menyatakan bahwa perusahaan atau usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia tahun 2023 sebanyak 4,85 juta usaha, meningkat 21,13% dibanding tahun 2016 yang mencapai 4,01 juta usaha (Sensus Ekonomi 2016). Dari jumlah tersebut usaha terbanyak dari kedai tradisional, kafe, bar, dan sejenisnya sejumlah 2,78 juta usaha atau sekitar 57,21%, selanjutnya usaha restoran dan rumah makan mencapai sebanyak 1,20 juta usaha atau 24,75% dari total penyediaan makan dan minum di Indonesia, sebanyak 706,66 ribu usaha atau sekitar 14,65% merupakan usaha penyediaan makanan dan minuman keliling atau tidak tetap dan sebanyak 168,88 ribu usaha atau sekitar 3,48 persen dari usaha jasa boga. Provinsi Jawa Timur tercatat sebagai penyediaan makanan dan minuman di Indonesia dengan urutan ke

dua terbanyak dengan sejumlah 791,60 ribu usaha atau sekitar 16,31% (Badan Pusat Statistik, 2023).

Industri kuliner di kalangan masyarakat meningkat dengan berbagai macam makanan dan minuman dengan cita rasa yang nikmat. Bisnis industri kuliner dilakukan dengan berbagai macam konsep seperti restoran, kedai, angkringan, cafe dan warung kaki lima. Adanya konsep tempat makan yang berbeda ini tidak hanya digunakan sebagai tempat makan dan minum saja, melainkan juga dapat menjadi ruang *public alternative* yang memiliki beragam fungsi. Konsumen mencari tempat sesuai dengan kebutuhan mereka yang bisa memberikan suasana nyaman, harga terjangkau, dan berinteraksi dengan konsumen lainnya. (Tombeng *et al.*, 2020) menyatakan bahwa perusahaan harus berusaha untuk terus mempelajari dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari konsumennya.

Kepuasan Konsumen menggambarkan ekspektasi konsumen terhadap sesuatu yang diperoleh. Kepuasan Konsumen mejadi tolak ukur yang digunakan perusahaan dalam menjalankan bisnis ke depannya, bahkan ketika konsumen merasa tidak puas atau dirugikan atas produk yang diberikan (Fitrianto & Wikaningtyas, 2023). Konsumen akan merasa senang atau puas ketika produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat memenuhi ekspektasi atau harapan yang dibutuhkan oleh konsumen. Dengan demikian, untuk dapat mencapai Kepuasan Konsumen, perusahaan diharapkan untuk memperhatikan aspek seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kualitas Produk menggambarkan persepsi konsumen mengenai kemampuan bagaimana sebuah produk dapat memberikan manfaat bagi penggunaanya. Kualitas Produk merupakan alat yang digunakan perusahaan dalam

menentukan posisi produk di suatu pasar. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut telah sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (Ramadhan & Andrian, 2024). Kualitas Produk yang baik merupakan misi utama oleh perusahaan untuk mempertahankan konsumen agar tetap loyal terhadap produk yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas Produk dengan harga murah yang ditawarkan didukung dengan fasilitas menjadi modal utama untuk menarik minat konsumen.

Harga merupakan salah satu komponen yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Harga merupakan sejumlah uang yang ditentukan oleh penjual dan dibebankan kepada konsumen atas suatu barang atau jasa guna memenuhi dan mendapatkan manfaat dari suatu produk barang atau jasa (Zahara & Hendry, 2024). Harga sangat berpengaruh terhadap persepsi harga bagi seorang konsumen. Harga menjadi pertimbangan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian untuk mencapai Kepuasan Konsumen. Besar kecilnya nilai Kepuasan Konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa dipengaruhi oleh Harga dari suatu produk (Fitrianto & Wikaningtyas, 2023). Semakin ekonomis harga yang ditawarkan oleh perusahaan ditambah dengan Kualitas Produk yang baik, maka akan tercapainya Kepuasan Konsumen.

Kualitas Pelayanan menjadi aspek yang penting bagi perusahaan yang menjadi salah satu alasan bagi konsumen untuk bersifat loyal terhadap suatu produk barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Kualitas Pelayanan merupakan kemampuan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan suatu barang atau jasa kepada konsumen dalam memenuhi harapan dengan memberikan pelayanan yang baik. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan

menciptakan Kepuasan Konsumen dan akan meningkatkan daya saing dalam mengembangkan bisnisnya (Ramadhan & Andrian, 2024). Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya harus memberikan Kualitas Pelayanan yang baik kepada konsumen, dengan adanya Kualitas Pelayanan yang baik inilah dapat memenuhi ekspektasi atau harapan dari konsumen sehingga tercapainya Kepuasan Konsumen.

Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu kabupaten yang berada di Jawa Timur. Kabupaten Ponorogo memiliki potensi wisata kuliner Sate Ayam Ponorogo yang telah menjadi ciri khas makanan sehingga menjadi daya tarik utama wisatawan yang sudah dikenal di berbagai daerah di Jawa Timur. Sate Ayam Ponorogo terbuat dari bahan baku utama daging ayam yang dibumbui dengan bumbu kacang. Sebagai daerah dengan sentra Sate Ayam Ponorogo berdampak pada perkembangan ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat Kabupaten Ponorogo, karena menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Dengan demikian, hal ini menarik minat masyarakat lokal untuk lebih mengembangkan industri kuliner Sate Ayam Ponorogo dengan beralih profesi menjadi pedagang sate ayam, yang di mana ini membantu meningkatkan jumlah pendapatan dalam keluarga.

Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo tidak hanya ada satu yang berdiri, melainkan ada beberapa lainnya, sehingga dihadapkan pada persaingan usaha sejenis yang mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Berikut merupakan data beberapa depot usaha atau Rumah Makan Sate Ayam yang berada di Kabupaten Ponorogo:

Tabel 1. Data Usaha atau Rumah Makan Sate Ayam di Kabupaten Ponorogo

No	Nama	Alamat
1.	Sate Ayam H. Tukri Sobikun	Jl. Lawu Gg. Sate No. 43K, Nologaten
2.	Sate Ayam H. Slamet Sobikun	Jl. Lawu Gg. 1 No.41J, Nologaten
3.	Sate Ayam Pak Imun	Jl. Soekarno Hatta No. 240 Banyudono
4.	Sate Ayam Pak H. Saikun	Jl. Lawu Gg Sate No. 41, Nologaten
5.	Sate Ayam De Sur	Jl. Merbabu No. 50, Nologaten
6.	Sate Ayam Pak Hendik	Jl. Lawu Gg. 1 No 4D, Nologaten
7.	Sate Ayam Pak Gareng	Jl. Gajah Mada No. 2A, Bangunsari
8.	Sate Ayam Pak Darmanto	Jl, Gajah Mada No.2, Bangunsari
9.	Sate Ayam Kenthus Togog	Jl. Sambirobyong No. 45, Purbosuman
10.	Sate Ayam Bu Sarinem	Jl. Sedap Malam, Kidulkali, Purbosuman
11.	Sate Ayam Setono Pak Slamet	Jl. Batoro Katong, Ronowijayan
12.	Sate Ayam Mbak Anis	Jl. Ki Ageng Mirah, Plamitan, Setono
13.	Sate Ayam Pak Bani Pasar Pon	Jl. Brigjen Katamso Gg1 No.14 Singosaren

Sumber: Data Primer (Observasi) 2025

Berdasarkan data tabel di atas, menunjukkan bahwa terdapat 13 depot usaha atau Rumah Makan Sate Ayam di Kabupaten Ponorogo yang didominasi terbanyak berada di Kelurahan Nologaten, yang biasa dikenal dengan nama “Gang Sate”. Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun berada di Kelurahan Nologaten. Meskipun Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun berada di Kelurahan Nologaten yang mendominasi, tidak menutup kemungkinan jika kedepannya terdapat perubahan persaingan usaha. Dengan demikian, ini menjadi tantangan bagi Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun untuk memenangkan persaingan pasar. Menurut (Budiarno *et al.*, 2022) kekuatan bisnis harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Mempertahankan konsumen yang sudah ada, memenangkan persaingan pasar dan memahami apa

yang diinginkan oleh konsumen secara tidak langsung bisa meningkatkan penjualan.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun yang merupakan salah satu rumah makan yang terlama berdiri di Kabupaten Ponorogo, yaitu berdiri sejak tahun 1990 yang terletak di Jl. Lawu Gg. Sate No. 43K, Nologaten, Ponorogo. Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun yang telah lama berdiri ini, menjadikan rumah makan tersebut sebagai pelopor ataupun ikon dari rumah makan sate ayam di Kabupaten Ponorogo karena pengalaman rumah makan di bidang usaha kuliner di Kabupaten Ponorogo. Diketahui telah berdiri sejak lama, namun Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun tetap eksis dan bertahan sampai sekarang. Dengan demikian Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun memiliki syarat utama dalam memenangkan persaingan dengan depot usaha sejenis lainnya di Kabupaten Ponorogo, yakni untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan yang memiliki mutu sesuai dengan harapan konsumen akan berdampak terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mempelajari tingkat Kepuasan Konsumen agar rumah makan dapat mencapai kelangsungan hidup jangka panjang dan keunggulan kompetitif.

Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat hasil yang berbeda, penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo, 2024) menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen pada produk LPG 3kg di Toko Putri Sampit. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bansaleng & Sepang, 2021)

menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna kartu XL di Manado. Penelitian terkait Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada penelitian sebelumnya masih banyak ditemui beberapa hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho *et al.*, 2024) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen pada *Café Greenwheels Coffee IDN*. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Budiarno *et al.*, 2022) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret Point Jl. Colombo, Karang Malang, Sleman. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, peneliti ingin mempelajari dan meneliti lebih lanjut mengenai Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang menjadi pokok penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun?

3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun?
4. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun
- b. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun
- c. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun
- d. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik bahasan yang sama, yaitu tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan strategi penjualan agar dapat berkelanjutan.

