

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era modern seperti yang sudah terjadi saat ini, perkembangan dan persaingan bisnis yang ada di Indonesia bahkan dunia berkembang begitu cepat dengan persaingan yang semakin ketat. Seiring dengan perkembangan dan persaingan bisnis yang semakin berkembang pesat tersebut, salah satu faktor yang menjadi cepatnya pertumbuhan ekonomi yaitu konsumen. Persaingan antar perusahaan tentunya menimbulkan berbagai banyak pilihan produk yang beredar di pasar, sehingga konsumen harus benar-benar teliti dalam membeli produk yang berkualitas. Bisnis yang saat ini menunjukkan perkembangan yang begitu cepat di Indonesia yaitu salah satunya adalah bisnis kuliner. Konsumen Indonesia yang gemar berkuliner menjadi kesempatan bagi para pelaku bisnis kuliner tersebut.

Setiap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk dapat diminati dan mendapatkan kepuasan bagi para pelanggannya. Salah satunya yaitu bisnis makanan resto yang sudah terkenal di Kudus seperti Lombok Idjo, dimana perusahaan membuat makanan berbagai olahan yang bervariasi untuk dapat dinikmati bersama teman, pasangan maupun keluarga. Bisnis yang mengandalkan pelanggan agar perusahaan dapat berjalan dan memperoleh keuntungan tentunya mengutamakan kepuasan pelanggannya. Untuk mencapai kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo tentunya mempunyai strategi tersendiri agar pelanggan semakin yakin akan kualitas baik makanan maupun fasilitas yang ditawarkan Lombok Idjo untuk pelanggannya.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014:150) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dapat tercipta ketika pelanggan merasakan kepuasan dari apa yang sudah dibeli maupun dirasakan manfaatnya dan sebanding dengan apa yang sudah pelanggan bayarkan. Seperti halnya pada Resto Lombok Idjo, dimana pelanggan yang merasa puas akan kembali lagi untuk datang dan membeli makanan di Lombok Idjo. Setiap pelanggan mempunyai kriteria tersendiri dalam mencapai rasa puas terhadap pembelian. Rasa puas dari pelanggan tentunya berasal dari apa yang sudah diberikan oleh perusahaan untuk pelanggan seperti bagaimana pelayanan yang diberikan, banyaknya pilihan produk yang ditawarkan, kualitas produk serta akses jalan menuju lokasi perusahaan.

Setiap perusahaan pastinya mempunyai tujuan untuk meningkatkan pelanggannya, begitu juga dengan Resto Lombok Idjo yang membutuhkan banyak pelanggan agar roda ekonomi pada perusahaan tersebut dapat berjalan dengan baik. Meskipun Lombok Idjo mempunyai berbagai strategi untuk meningkatkan penjualan, akan tetapi pada kenyataannya dengan adanya persaingan yang ketat faktanya tidak sesuai dengan keinginan perusahaan. Perusahaan harus selalu mengevaluasi terhadap sesuatu yang dapat menurunkan kualitas perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh Lombok Idjo pada tahun 2018 menunjukkan ketidakstabilan, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Penjualan Resto Lombok Idjo Tahun 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Omset Penjualan Perbulan</b>	<b>Keterangan</b>
Januari	Rp 230.000.000	-
Februari	Rp 233.000.000	Naik Rp 3.000.000
Maret	Rp 192.000.000	Turun Rp 41.000.000
April	Rp 196.000.000	Naik Rp 4.000.000
Mei	Rp 315.000.000	Naik Rp 119.000.000
Juni	Rp 290.000.000	Turun Rp 25.000.000
Juli	Rp 210.000.000	Turun Rp 80.000.000
Agustus	Rp 225.000.000	Naik Rp 15.000.000
September	Rp 200.000.000	Turun Rp 25.000.000
Oktober	Rp 212.000.000	Naik Rp 12.000.000
November	Rp 205.000.000	Turun Rp 7.000.000
Desember	Rp 265.000.000	Naik Rp 60.000.000

Sumber : Resto Lombok Idjo Kudus, 2021

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa penjualan Resto Lombok Idjo di tahun 2021 mengalami ketidakstabilan omset penjualan pada setiap bulannya, dimana omset penjualan Lombok Idjo mengalami kenaikan sebanyak 6 kali yaitu pada bulan Februari, April, Mei, Agustus, Oktober, dan Desember. Selain itu ketidakstabilan terlihat pada penurunan omset penjualan sebanyak 5 kali yaitu pada bulan Maret, Juni, Juli, September, dan November. Penurunan yang cukup signifikan tersebut menandakan masih adanya masalah terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan pada Resto Lombok Idjo dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, diantaranya yang dipakai dalam penelitian ini yaitu keragaman produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi. Fator-faktor tersebut dirasa sangat kuat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang membeli pada Resto Lombok Idjo Kudus.

Konsumen pada dasarnya membeli suatu barang atas dasar kebutuhan. Akan tetapi ada faktor lain yang mendorong konsumen untuk tertarik membeli, salah satunya yaitu banyaknya pilihan atau keragaman produk yang ditawarkan. Semakin banyak atau beragam produk yang ditawarkan dapat menjadikan daya tarik awal konsumen agar dapat membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Menurut Kotler dan Keller, (2012:15), keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Banyaknya pilihan produk yang ditawarkan oleh Resto Lombok Idjo merupakan strategi agar pelanggan dapat memilih menu sesuai selera. Adapun menu yang ditawarkan oleh Resto Lombok Idjo sangat bervariasi, diantaranya adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Keragaman Menu Resto Lombok Idjo Kudus**

<b>Pilihan Makanan</b>	<b>Harga</b>	<b>Pilihan Minuman</b>	<b>Harga</b>	<b>Pilihan Sambal</b>	<b>Harga</b>
Ayam goreng/bakar	Rp 21.500	Teh hangat/es	Rp 3.000	Sambal bawang	Rp 3.500
Kepala	Rp 5.000	Jeruk hangat/es	Rp 6.000	Sambal idjo	Rp 3.500
Ati Ampela	Rp 7.000	Aneka jus	Rp 8.500	Sambal trasi	Rp 2.500
Empal penyet	Rp 17.000	Es lemon	Rp 6.500	lalapan	Rp 2.500
Lele goreng/bakar	Rp 15.000	Aneka wedang	Rp 5.500		
Nila goreng/bakar	Rp 16.000	Soft drink	Rp 4.500		
Sop Iga	Rp 31.000	Air mineral	Rp 3.500		
Gereh Layur	Rp 5.000	Es kelapa	Rp 8.000		

Sumber : Lombok Idjo Kudus, 2021

Pada tabel 1.2 dapat dilihat beragam menu yang ditawarkan oleh Resto Lombok Idjo mempunyai berbagai pilihan dengan harga yang berbeda pula. Pilihan menu yang ditawarkan Lombok Idjo merupakan menu yang sudah populer dikalangan bisnis kuliner, sehingga dalam hal persaingan konsumen dihadapkan pada pilihan rasa. Selain daftar menu diatas, tentunya masih banyak pilihan lain yang dapat dilihat pada daftar menu yang disuguhkan saat membeli disana. Dengan berbagai macam variasi menu tersebut, diharapkan Lombok Idjo mampu mendapatkan banyak ketertarikan dari pelanggannya.

Untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan, kualitas produk yang ditawarkan juga merupakan faktor yang sangat penting. Setiap perusahaan pastinya mempunyai tingkatan kualitas produknya yang berbeda-beda. Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan oleh pelanggan. Kualitas produk pada bisnis makanan dapat dilihat dari bagaimana olahan maupun komposisi menu tersebut dibuat. Ketika perusahaan bisnis kuliner membuat berbagai olahan makanan dengan bahan-bahan yang berkualitas, *fresh*, dan mempunyai kandungan vitamin yang baik untuk kesehatan, maka pelanggan akan merasakan kepuasan tersendiri terhadap menu tersebut. Akan tetapi ketika olahan makanan menggunakan bahan yang kurang *fresh*, sudah berbau tidak enak maka konsumen akan merasa dirugikan dan tidak akan kembali untuk membeli.

Sering kali perusahaan yang sudah mempunyai nama besar lalai akan totalitas pelayanan yang menjadi pokok dalam mendapatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat vital karena berhubungan langsung dengan ekspresi timbal balik pelanggan. Menurut Tjiptono(2011:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ketika produk yang ditawarkan berkualitas tetapi dalam melayani pelanggan kurang baik, maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada bisnis kuliner seperti Resto Lombok Idjo, kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam mencapai kepuasan pelanggan. Namun karyawan seringkali kurang profesional melayani pelanggan seperti kurang tanggap, cuek, dan waktu tunggu menu siap disajikan yang sudah dipesan pelanggan lama. Terlebih lagi pada moment-moment seperti buka puasa, hari libur dan libur Hari Raya.

Pelanggan yang bersusah payah datang untuk menikmati berbagai produk yang ditawarkan perusahaan tentunya juga menjadi point dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini yang dimaksud adalah lokasi keberadaan perusahaan. Tjiptono (2015:345), menyatakan lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Ketika lokasi keberadaan Resto Lombok Idjo kurang strategis atau jarak tempuhnya terlalu jauh maka pelanggan akan merasa enggan untuk datang kembali. Terlebih lagi jika menu yang ditawarkan kurang sebanding dengan susah payah pelanggan dalam mencapai lokasi Lombok Idjo.

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh keragaman produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan

hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Loredah Paulina Nainggolan (2016), menyatakan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Wilujeng (2015), menyatakan keragaman produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan Indra Firdiyansyah (2017), menyatakan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tri Ulfa wardani (2017), menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Paulina Nainggolan (2016), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Grace Marleen Wariki (2015), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus)”**.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya keragaman produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi. Berdasarkan keterbatasan yang ada dan untuk mempersempit ruang lingkup masalah dalam penelitian, agar penulisan skripsi tidak menyimpang dari tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Maka batasan masalah pada penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- a. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah Resto Lombok Idjo Kudus.
- b. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Resto Lombok Idjo yang mempunyai KTP Kudus.
- c. Variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dibatasi empat variabel yaitu keragaman produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi.
- d. Penelitian dilaksanakan mulai bulan Mei 2019 selama 3 bulan setelah proposal disetujui.

### 1.3 Perumusan Masalah

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus harus mengoptimalkan kualitas produk yang tidak hanya mengandalkan berbagai olahan sambal saja, akan tetapi keragaman produk juga harus diperhatikan. Peningkatan pelayanan terhadap pelanggan juga selalu ditingkatkan agar pelanggan tidak menunggu terlalu lama pada hidangan yang dipesan, lokasi penataan parkir juga diperhatikan dengan menggunakan jasa parkir yang baik. Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut berikut:

1. Tidak adanya produk spesial sebagai ciri khas Resto Lombok Idjo pada berbagai pilihan produk yang ditawarkan dan terkesan hampir sama dengan produk olahan makanan dari pesaingnya seperti berbagai olahan sambal dan ayam, terlihat pada menu pada tabel 1.2.
2. Masih sering ditemukannya sayuran yang kurang *fresh* atau layu untuk menu lalapan.



3. Waktu tunggu dalam menyajikan menu pesanan pelanggan cukup lama terlebih pada hari libur dan moment-moment tertentu seperti buka puasa maupun libur lebaran.
4. Lokasi yang berada di tenah kota terkadang mengalami kendala macet.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus?
4. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus?
5. Apakah keragaman produk, kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus secara berganda?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji ada atau tidaknya pengaruh positif dan signifikan dari keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus.
2. Menguji ada atau tidaknya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus.
3. Menguji ada atau tidaknya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus.
4. Menguji ada atau tidaknya pengaruh positif dan signifikan dari lokasi terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus
5. Menguji ada atau tidaknya pengaruh positif dan signifikan dari keragaman produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Resto Lombok Idjo Kudus secara berganda.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang Manajemen pemasaran, menjadi bahan kajian dan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam mengembangkan penelitian tentang hubungan antara variabel keragaman produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Bagi perusahaan yaitu Resto Lombok Idjo, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam

pengambilan keputusan dan aktivitas-aktivitas dibidang pemasaran yaitu terkait pengaruh aspek keragaman produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

