

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis restoran / rumah makan saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Bisnis restoran / rumah makan yang menyediakan makanan dan minuman salah satu sektor yang berkembang pesat dalam industri kuliner. Hal ini dapat kita jumpai dengan adanya peningkatan jumlah pelaku bisnis restoran yang membuka dan mengembangkan bisnisnya, sehingga bisnis Restoran layak dipertimbangkan sebagai salah satu bentuk usaha yang menjanjikan keuntungan signifikan di era modern saat ini.. Menurut penelitian oleh Suryanto dan Nugroho (2021). Restoran / rumah makan sekarang sering dianggap sebagai bagian dari gaya hidup urban, Tidak hanya diminati oleh kalangan muda, tetapi juga telah menjangkau berbagai lapisan masyarakat dari beragam usia dan latar belakang.. Penelitian oleh Anwar dan Lubis (2020).

Restoran / rumah makan yang awalnya tempat pertemuan bagi masyarakat untuk berdiskusi, bertukar ide, atau sekedar bersosialisasi kini sudah menjadi bagian dari *lifestyle* masyarakat untuk menghabiskan waktunya, perlahan namun pasti aktivitas ini kemudian menjadi ajang kumpul-kumpul dengan kolega, teman kuliah, arisan, reuni, bahkan *meeting*. Dengan perubahan tersebut, fungsi restoran / rumah makan pun berubah sehingga memunculkan fenomena sosial budaya baru. Jadi Kebiasaan mengonsumsi makanan dan minuman di luar rumah telah menjadi elemen integral dalam pola hidup masyarakat kontemporer Tidak mengherankan apabila banyak individu memanfaatkan peluang usaha di bidang kuliner melalui beragam konsep wisata makanan. Meskipun persaingan dalam industri ini cukup ketat karena tingginya minat pelaku usaha, sektor kuliner tetap memberikan potensi keuntungan yang signifikan. Kunci keberhasilan terletak pada kemampuan dalam mengidentifikasi jenis makanan yang berpotensi menjadi tren di masa depan. Saat ini dengan semakin banyaknya pilihan restoran / rumah makan para pengusaha restoran harus bisa mempertahankan eksistensi usahanya dengan menjadikan restoran sebagai pilihan utama konsumen, salah satunya dengan meningkatkan kepuasan yang maksimal kepada konsumen. Jika

konsumen Warung merasa puas maka mereka bisa menjadi pelanggan tetap dan bisa menjadi media promosi yang efektif yakni mulut ke mulut. Namun jika kepuasan konsumen rendah, maka efeknya adalah mereka akan enggan datang kembali dan bisa pindah membeli ke tempat lainnya.

Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2016:25) merupakan Respon konsumen terhadap selisih antara kinerja yang mereka rasakan setelah menggunakan produk atau jasa dan harapan awal (atau standar kinerja tertentu).

Konsumen cenderung lebih sering merasa kecewa pada jasa dibandingkan barang, namun jarang menyampaikan keluhan, salah satunya karena mereka ikut berperan dalam proses penciptaan jasa.

Kepuasan konsumen tidak hanya bergantung pada persepsi terhadap mutu layanan, tetapi juga dipengaruhi oleh banyak variabel lain, seperti kualitas produk, aturan harga, aspek personal konsumen, serta keadaan situasional yang terjadi pada saat pembelian atau konsumsi. Strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menuntut pesaing bekerja lebih keras dan mengeluarkan biaya tinggi untuk merebut pelanggan. Penting untuk dicatat bahwa kepuasan pelanggan adalah upaya jangka panjang yang membutuhkan investasi dan sumber daya manusia yang besar.

Warung Mbok Endang adalah sebuah usaha kuliner di kota Tenggarong Seberang yang berbentuk rumah makan dengan menu utama makanan dan minuman seperti nasi kuning, nasi campur, nasi pecel, ayam goreng, ayam geprek, mie bakso dan lain sebagainya dengan harga yang bervariasi dari Rp. 5.000 – Rp. 16.000. Warung Mbok Endang didirikan Ibu Endang Nurhayati Subekti tahun 2018 beralamatkan di jalan Merdeka Desa Separi Tenggarong Seberang. Warung Mbok Endang Memiliki Cabang Di Desa Embalut, Desa Bangun Rejo (L3) dan Desa Kerta Buana (L4). karyawan yang bekerja 10 orang dengan jam operasional mulai pukul 05.30 - 21.30. Pada area depan Warung Mbok Endang telah di sediakan area parkir kendaraan seluas 3 x 7 M². Agar usaha ini bisa berjalan dengan baik maka, pemilik Warung Mbok Endang harus benar-benar mempunyai strategi pemasaran yang baik dan unggul sehingga menarik kepuasan konsumen sebanyak-banyaknya agar datang ke tempat ini.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti pada Warung Mbok Endang, pada waktu awal kunjungan konsumen yang datang cukup banyak dalam sehari bisa berkisar lebih dari 60 - 80 orang. Namun dalam tiga bulan terakhir ini kunjungan konsumen cenderung berkurang atau masih dibawah 50 orang dalam sehari yakni rata-rata hanya 25 - 40 orang. Tentunya penurunan jumlah konsumen yang datang membeli merupakan berita buruk bagi usaha ini dan perlu penanganan secepatnya dari pemilik agar usaha ini bisa terus beroperasi. Strategi yang diterapkan oleh pemilik Warung Mbok Endang dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen saat ini adalah dengan fokus pada penerapan kualitas produk, penetapan harga yang tepat, serta peningkatan bukti fisik.

Kepuasan konsumen terhadap makanan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas makanan yang disajikan yang terasa enak dan memiliki ciri khas, harga yang terjangkau serta sesuai dengan porsi yang diterima, pelayanan yang ramah, serta suasana warung yang bersih dan sederhana. Di sisi lain, ketidakpuasan konsumen muncul karena waktu tunggu yang lama, terutama saat jam makan siang atau akhir pekan, serta ketidakkonsistenan cita rasa makanan.

Perusahaan memberi prioritas utama pada kualitas produk karena merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing produk dengan memberikan kepuasan pelanggan yang setara atau lebih baik dibandingkan produk pesaing. Menurut pandangan Kotler dan Keller (2016:283), kualitas produk dapat diukur melalui empat indikator utama makanan: pertama, kesegaran, yang menjadi prioritas agar perusahaan dapat melayani pelanggan dengan baik; kedua, tampilan, yaitu penyajian makanan yang menarik dan rapi sehingga menimbulkan persepsi kualitas positif; ketiga, rasa, yang dapat dipengaruhi oleh persepsi individu dan faktor budaya; dan keempat, inovasi makanan, yang mencakup pengembangan rasa dan bentuk makanan agar lebih menarik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Jonathan J.J. Mentang (2021), Gracia Sekartaji (2015), dan Juwanto (2020), untuk menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Harga merupakan salah satu komponen dalam bauran pemasaran yang berfungsi sebagai sumber pendapatan, sementara komponen lainnya cenderung

menghasilkan biaya. Selain itu, harga adalah komponen yang paling fleksibel dalam bauran pemasaran karena perubahan harganya yang cepat. Setiap penetapan harga oleh perusahaan akan memengaruhi tingkat permintaan secara berbeda, sehingga berdampak pula pada pencapaian tujuan pemasaran. Secara umum, harga dan permintaan memiliki hubungan terbalik, yaitu Semakin tinggi harga, semakin sedikit permintaan, dan sebaliknya, semakin rendah harga, semakin banyak permintaan. Temuan ini sesuai dengan penelitian Juwanto (2020) dan Muhammad Ridwan (2024), temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa faktor harga berkontribusi secara positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono (2016:43), *physical evidence* atau bukti fisik adalah kondisi atau situasi yang mencakup suasana perusahaan tempat berlangsungnya operasional barang dan jasa. Karakteristik lingkungan fisik ini menjadi aspek yang paling terlihat terkait situasi, yang meliputi kondisi geografis dan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, pencahayaan, cuaca, tata letak, serta elemen lingkungan lainnya yang dianggap penting sebagai objek perhatian.

Dari bukti fisik pihak Warung Mbok Endang menyediakan fasilitas eksterior yang baik seperti desain eksterior dan parkir, fasilitas interior seperti tata letak perabotan, kualitas sirkulasi udara. Hal ini sejalan dengan penelitian milik Servina Niis Lisu (2022) dan Winda Ariani (2018) bahwa *physical evidence* (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan pengamatan awal peneliti terhadap konsumen yang datang pada Warung Mbok Endang komentarnya cukup beragam. Pada bagian kualitas produk sebagian konsumen ada yang mengatakan makanan dan minuman yang di sajikan di sini cukup enak dan nyaman, namun ada juga konsumen yang mengatakan beberapa makanan kurang enak, lauk kurang segar, makanan kurang bumbu penyedap dan tidak sesuai dengan lidah mereka. Pada bagian harga, konsumen ada yang mengatakan harga cukup terjangkau dan ada juga yang mengatakan agak lebih mahal dari tempat lainnya, harga yang di terapkan kurang sesuai dengan kualitas makanan yang di sajikan. Terakhir bukti fisik sebagian pelanggan mengeluhkan mengenai tempat parkir yang terbatas, padahal pihak

pengelola Warung Mbok Endang sudah menyediakan parkir di area depan, namun area parkir yang disediakan tidak cukup muat sehingga mereka terpaksa parkir di sebagian badan yang dimana dapat mengganggu ketertiban lalu lintas. Disamping itu fasilitas yang terbatas lainnya antara lain adalah belum adanya sarana wifi, kipas angin dan area cuci atau wastafel yang cukup diantara sudut ruangan.

Berdasarkan apa yang disebutkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut dan menyusunnya dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Serta Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Warung Mbok Endang Di Tenggarong Seberang”**.

1.2. Rumusan Masalah

Kenyataan yang terjadi pada Warung Mbok Endang di Tenggarong Seberang adalah penurunan kepuasan konsumen pada tempat ini. Berdasarkan pengamatan awal peneliti pada Warung Mbok Endang, pada waktu awal kunjungan konsumen yang datang cukup banyak dalam sehari bisa berkisar lebih dari 60 - 80 orang. Namun dalam tiga bulan terakhir ini kunjungan konsumen cenderung berkurang atau masih dibawah 50 orang dalam sehari yakni rata-rata hanya 25 - 40 orang. Tentunya penurunan jumlah konsumen yang datang membeli merupakan berita buruk bagi usaha ini dan perlu penanganan secepatnya dari pemilik agar usaha ini bisa terus beroperasi Strategi yang dijalankan oleh pemilik usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang optimal adalah menggunakan kualitas produk, harga dan bukti fisik.

Seharusnya dengan penerapan produk kualitas tinggi, harga terjangkau dan bukti fisik untuk baik jadi kepuasan konsumen dapat meningkat Tjiptono (2016 : 25). Dari penyusunan masalah yang telah dikemukakan, pertanyaan utama yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah variabel kualitas produk, harga dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Mbok Endang di Tenggarong Seberang?

2. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Mbok Endang di Tenggarong Seberang?
3. Apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Mbok Endang di Tenggarong Seberang ?
4. Apakah variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Mbok Endang di Tenggarong Seberang ?
5. Di antara variabel independen tersebut, variabel manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Mbok Endang di Tenggarong Seberang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis sejauh mana pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan bukti fisik terhadap tingkat kepuasan konsumen pada usaha kuliner Warung Mbok Endang di Tenggarong Seberang.
2. Menentukan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner Warung Mbok Endang di Tenggarong Seberang.

1.4. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi sumber informasi bagi pemilik Warung Mbok Endang di Tenggarong seberang dalam upaya mengembangkan serta mempertahankan keberlangsungan usahanya.
2. Sebagai sarana penerapan ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan dengan kondisi nyata di lapangan.
3. Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.

1.5. Sistematika Penulisan

Secara sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- BAB I : **PENDAHULUAN** berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.
- BAB II : **TINJAUAN PUSTAKA** yang menguraikan tentang penelitian terdahulu, teori dan konsep yang mendukung pembahasan masalah dalam penulisan ini., konsep manajemen pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, hipotesis dan definisi konseptual.
- BAB III : **METODE PENELITIAN** yang meliputi definisi operasional, tempat penelitian, teknik pengumpulan data, rincian data yang diperlukan, alat analisis, serta jadwal penelitian.
- BAB IV : **HASIL PENELITIAN** yang terdiri dari sejarah singkat Warung Mbok Endang di Tenggarong Seberang dan hasil penelitian.
- BAB V : **ANALISIS DAN PEMBAHASAN** memuat hasil analisis dan pembahasan permasalahan yang dikemukakan pada Bab Pendahuluan serta keterbatasan penelitian.
- BAB VI : **PENUTUP**, merupakan bab terakhir yang menyajikan kesimpulan yang diambil dari Bab Analisis dan Pembahasan. Kemudian saran-saran yang diberikan berkenaan dengan permasalahan yang ada.