

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan pada bidang usaha industri makanan dan minuman di Indonesia saat ini memiliki potensi perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam beberapa tahun, pertumbuhan industri tertinggi pada kuartal IV/2017 yaitu industri makanan dan minuman sebesar 13,14 persen (Clara Chandra, 2019). Bisnis kuliner merupakan industri global dengan persaingan yang sengit karena merupakan salah satu usaha yang sangat menjanjikan. . Banyak pelaku usaha dalam bidang kuliner yang mendapat keuntungan , namun tidak sedikit pula yang bangkrut karena kurangnya strategi yang tepat dan optimal, sehingga pelaku usaha harus mampu memanfaatkan strategi yang baik dan melihat peluang untuk bisa bertahan dalam sengitnya persaingan.

Dalam menciptakan hubungan yang baik pelaku usaha harus mampu memberikan apa yang diinginkan, dibutuhkan dan disukai konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan melakukan pembelian. Melihat fenomena gaya hidup masyarakat yang semakin modern tidak sedikit yang memilih untuk makan diluar rumah karena lebih ekonomis dan praktis, Seperti makan bersama dalam acara ulang tahun, *meeting* bersama rekan kerja yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat dalam melakukan pertemuan diluar rumah, perilaku tersebut sudah menjadi budaya yang tidak dapatlepas dari kehidupan masyarakat, sehingga para pelaku usaha memanfaatkan peluang ini dalam membangun usaha di bidang kuliner.

Di kota Jombang pada saat ini mulai banyak tempat makan atau restoran yang tidak hanya menawarkan makanan tapi lebih jauh berkembang kearah pencarian suasana makan yang nyaman, cita rasa yang berbeda atau bahkan tempat berekreasi. Hal ini menyebabkan masyarakat saat ini tidak mempunyai cukup banyak waktu untuk memasak makanan sendiri di rumah. Hal inilah yang mendorong pertumbuhan restoran sebagai penyedia kebutuhan makan diluar rumah.

Dilihat dari berbagai rumah makan atau restoran yang berdiri untuk meraih pangsa pasar di Kota Jombang, banyak masyarakat yang tergolong dalam usia produktif yang menjadikan pangsa pasar bagi perusahaan. Rumah makan atau restoran di Kota Jombang sudah dapat dikategorikan sangat banyak dan mempunyai beragam tempat menarik dan memiliki cirri khas tersendiri. Di bawah ini ada beberapa daftar nama rumah makan atau restoran di Kota Jombang yang memiliki penilaian tertinggi.

Tabel 1.1
Data Rumah Makan Atau Restoran Dengan Rating Tertinggi Di Jombang

No.	Rumah Makan Atau Restoran
1.	Rumah Makan Sari
2.	Rumah Makan Trivoli
3.	Dapur DK Dewi Kahyangan
4.	Depot Nikmat
5.	Depot Gai Sin
6.	Rumah Makan dan Catering Henny
7.	Rawon Rosobo
8.	Pecel Pincuk Bu Djiyah
9.	Rumah Makan Yusro Lesehan
10.	Depot Sedep Marem

Sumber: google, 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa tingkat persaingan bisnis rumah makan atau restoran di Kota Jombang cukup tinggi. Untuk mempertahankan supaya pangsa pasar rumah makan dapur DK (DewiKahyangan) tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola rumah makan dapur DK (Dewi Kahyangan) harus menerapkan strategi yang tepat. Pengelola harus berfikir seperti konsumen, supaya dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya.

Supaya mampu bertahan didalam sengitnya persaingan, para pelaku usaha diharuskan memiliki naluri yang kuat dan responsife terhadap perubahan yang terjadi pada lingkungan masyarakat, dan lebih teliti dalam membangun diri supaya mampu menyusun strategi yang baik, inovatif, kreatif dan menfokuskan suatu konsep yang unik dan berkesan dari rumah makan lainnya, agar mampu menarik perhatian konsumen pelaku usaha harus mampu menawarkan keunggulan menu dan citra rasa yang dapat menjadi ciri khas dari rumah makan sehingga konsumen akan tertarik untuk mengunjungi rumah makan tersebut.

Pada dasarnya, setiap perusahaan selalu bersaing untuk menarik perhatian konsumen dari pesaing, dalam hal ini perusahaan menyadari bukan hanya keuntungan saja melainkan kepuasan konsumen juga menjadi asset penting bagi perusahaan terutama bagi industri kuliner. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen perusahaan bisa memberikan fasilitas dan kenyamanan yang memadai. Kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan perusahaan untuk meningkatkan pemasaran dalam jangka waktu panjang. Pada dasarnya, setiap konsumen akan mempertimbangkan dalam memilih tempat makan berdasarkan

dari pengalaman masa lalu, baik mendapatkan rekomendasi dari teman serta fasilitas yang ditawarkan melalui media sosial perusahaan yang menggambarkan makanan, minuman dan lokasi tersebut, supaya bisa menciptakan konsumen agar tetap merasa nyaman dan loyal perusahaan di tuntut untuk memberikan sesuatu yang terbaik terhadap kualitas makanan, minuman dan fasilitasnya. Rumah makan harus mengutamakan kualitas makanan yang terbaik karena kualitas makanan menjadi tolak ukur dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen (Dian, 2013).

Apabila konsumen merasa puas maka akan merekomendasikan ke keluarga dan teman dekatnya yang dapat menimbulkan pengalaman yang positif di benak konsumen. Konsumen yang puas tidak menutup kemungkinan untuk kembali lagi secara terus menerus, namun dalam upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, kenyataannya tidak semua konsumen merasa puas dengan apa yang sudah diberikan. Tentunya hal ini harus menjadi perhatian khusus perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, karena konsumen berpengaruh dalam menilai kepuasan terhadap sesuatu yang dirasakan seperti dalam segi *perceived valued dan food quality*

Pada persaingan bisnis kuliner komponen pemasaran yang harus diperhatikan adalah persepsi nilai, *perceived value* pada industri kuliner penting untuk diperhatikan karena akan menentukan kepuasan konsumen. *Perceived value* merupakan sebuah persepsi penilaian yang dirasakan calon konsumen pada perbedaan antara manfaat yang akan didapat dan biaya dari penawaran dan alternative yang dipersepsikan sebelumnya (Kotler dan Keller, 2016). Konsumen memiliki sebuah persepsi sebelum melakukan pembelian makanan dan akan

menilai terlebih dahulu apakah layak untuk dibeli ataupun tidak dengan menggunakan dua pertimbangan, yaitu apakah nilai yang akan didapat nantinya dan biaya yang akan dikeluarkan untuk membeli makanan tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan.

Perusahaan harus memfokuskan terhadap penilaian konsumen mengenai segi yang dirasakan seperti kualitas makanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dari semua strategi yang sudah dilakukan, karena makanan merupakan produk utama yang ditawarkan oleh rumah makan kepada konsumen. Apabila rumah makan memberikan kualitas makanan yang baik, maka akan mengarahkan *customer* merasa puas dan pada akhirnya membawa dampak yang baik kepada rumah makan tersebut (Walter *et al.*, 2010; Jang dan Mankung 2009), begitupun sebaliknya jika kualitas makanan yang ditawarkan buruk akan mengakibatkan ketidakpuasan konsumen sehingga akan menurunkan kepuasan konsumen pada rumah makan tersebut. Oleh karena itu setiap rumah makan/restoran harus bisa menjaga konsistensi kualitas makanan yang dihasilkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga yang dapat terpenuhi.

Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) merupakan salah satu rumah makan yang ada di Jombang yang berada di Jl. Dokter Sutomo, Jombatan, Kec. Jombang Kab. Jombang, Jawa Timur. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) berdiri sejak tahun 2010 yang pusatnya berada di Jombang Jawa Timur. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) mempunyai cabang 6 yang

tersebar di Jawa Timur yang berada di Jombang 1, Mojokerto 2, Sidoarjo 1, Surabaya 1 dan Krian 1.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) menawarkan berbagai olahan makanan dan minuman dengan kualitas yang baik, dengan banyaknya pesaing rumah makan lainnya, Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) berkembang dengan menyajikan makanan dari olahan *seafood* dan dengan menawarkan cita rasa yang beragam. Berikut ini jumlah pengunjung dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang,

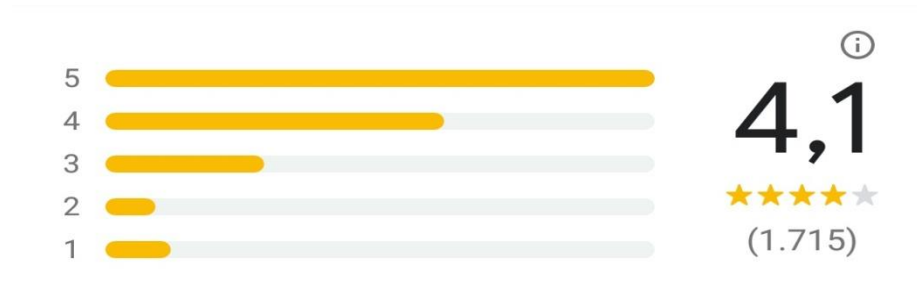
Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung Dapur DK (Dewi Kahyangan) di Jombang

Hari	Total Pengunjung Dapur DK (Dewi Kahyangan)
Weekend Sabtu- Minggu	± 180
Weekday Senin-Jumat	± 120

Sumber : (Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan), 2020)

Berdasarkan dari Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa pada *weekend* setiap harinya terdapat kunjungan kurang lebih 180 konsumen. Dan pada *weekday* setiap hari terdapat kunjungan kurang lebih 120 konsumen. Menyadari peran pentingnya konsumen dan kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan harus mencari cara untuk bisa terus meningkatkan kepuasan konsumen. Semakin baik penilaian dan citra konsumen akan semakin tinggi kepuasan konsumen dan tidak lepas dari dukungan sumber daya manusianya.

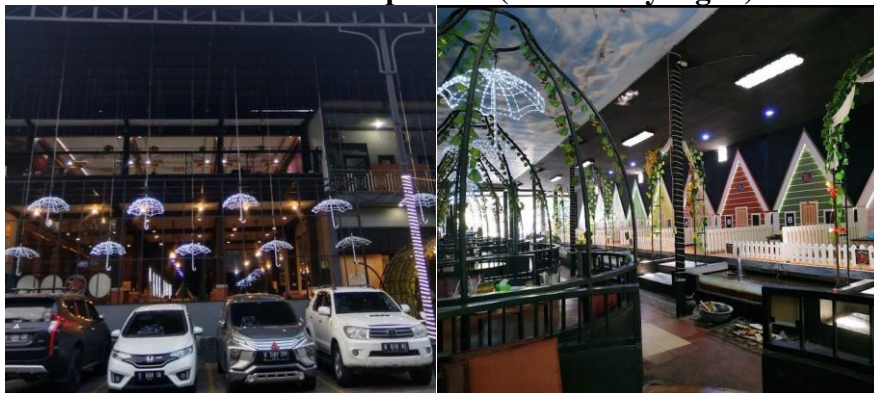
Gambar 1.3
Ringkasan Ulasan Pengunjung Rumah Dapur DK (Dewi Kahyangan)



Sumber : (Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan), 2020)

Berdasarkan dari Gambar 1.3 menunjukkan bahwa Rumah Makan Dapur DK(Dewi Kahyangan), mampu memberikan pelayanan yang ramah dan tempat nyaman dan instagramable, yang di fasilitasi wifi, kamar mandi, mushola, parkir luas, dan tentunya tempat yang strategis terletak di jantung kota Jombang.

Gambar 1.4
Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang





Sumber : Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang, 2020

Dapur DK (Dewi Kahyangan), mampu bertahan kurang lebih selama 10 tahun. Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) ini sudah mempunyai nama yang tidak diragukan lagi kualitas produk makanannya. Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) cocok menjadi salah satu tempat untuk berkumpul keluarga, teman teman dan bertemu dengan rekan kerja. Dapur DK (Dewi Kahyangan) menyediakan tempat duduk lesehan dan kursi serta nasi box yang dapat di sesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Dapur DK (Dewi Kahyangan) berupaya dalam menyajikan menu yang sesuai dengan karakteristik masyarakat di Jombang, dari segi rasa, macam/jenis, penampilan, porsi maupun harga. Berbagai macam hidangan makanan dengan menu unggulan aneka olahan *seafood*, ayam, ikan, bebek dan aneka sayuran seperti cah kangkung, cap cay, berbagai macam pilihan sambal dan minuman menjadi pelengkap hidangan.

Gambar 1.5
Menu makanan Rumah Makan DapurDk (Dewi Kahyangan)



Sumber : Rumah Makan Dapur Dk (Dewi Kahyangan), 2020

Berdasarkan gambar di atas menu yang di tawarkan oleh rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang di harapkan bisa membuat konsumen merasa puas, dan beragam menu yang di tawarkan rumah makan dapur Dk (Dewi Kahyangan) dimaksudkan untuk memberikan kepuasan bagi konsumen yang berkunjung.

Kepuasan konsumen adalah faktor yang mempengaruhi keberlanjutan suatu usaha, salah satu faktor yang membentuk kepuasan konsumen menurut Petzer dan Mackay (2014) adalah kualitas makanan, kualitas makanan merupakan penilaian kualitas makanan yang berkaitan erat dengan gaya hidup, perubahan gaya hidup masyarakat modern dalam menikmati hidangan khususnya penikmat kuliner.

Peneliti Anita Carolina ((2019) membuktikan bahwa kualitas layanan dan kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Makanan yang berkualitas ditunjukkan dengan cita rasa yang sesuai atau melebihi harapan konsumen dan makanan tersebut memiliki pengaruh yang positif ketika dikonsumsi karena memenuhi nutrisi yang dibutuhkan tubuh ketika dikonsumsi.

Pelaku bisnis di tuntut untuk bisa menciptakan ide baru yang inovatif dan kreatif. Tentang cara penyajian makanan yang menggugah selera, kelezatan rasa,

dan memberikan bahan-bahan yang berkualitas seperti buah-buahan daging, ikan, sayur dan cabe segar dengan pilihan yang baik, sehingga dapat menyajikan makanan dengan cita rasa yang terbaik serta kuantitas atau porsi, variasi menu atau variasi jenis makanan untuk menciptakan kepuasan pada konsumen.

Selain *food quality*, faktor dari *perceived value* mempengaruhi kepuasan konsumen, menurut Lai (2004) *perceived value* adalah penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk dengan didasarkan pada apa yang diterima dan apa yang diberikan. Dengan memberikan pelayanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan konsumen serta memberikan fasilitas yang memadai yang bertujuan untuk menciptakan persepsi nilai konsumen yang baik.

Peneliti oleh Ansyari idris (2019) tentang “Pengaruh lokasi, cita rasa, harga, *perceived value* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Tanjung Sebauk” membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Dapur DK (Dewi Kahyangan) dengan judul “ **Pengaruh Perceived Value dan Food Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapur DK (Dewi Kahyangan)**”, Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh *perceived value* dan *food quality* terhadap keputusan pembelian pada Dapur DK (Dewi Kahyangan) di Jombang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Perceived Value* terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) di Kota Jombang ?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Food Quality* terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) di Kota Jombang ?

1.3 Batasan Penelitian

Dengan maksud supaya penelitian ini dapat menjadi lebih terarah dan dengan dukungan yang tersedia, maka ruang lingkup penelitian ini sebagai berikut :

1. Obyek peneliti adalah masyarakat Kota Jombang.
2. Kajian yang dilakukan hanya sebatas pada pembeli produk makanan Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) di Jombang.
3. Tidak dilakukan pembahasan aspek lain selain yang berhubungan *dengan Perceived Value, Food Quality* dan Kepuasan Konsumen.
4. Waktu penelitian bulan Maret – Agustus 2020.
5. Tempat penyebaran kuesioner di Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) di Kota Jombang.

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan variabel *Perceived Value* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan)
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan variabel *Food Quality* terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan).

1.5 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Manfaat Bagi Penulis

Memperluas wawasan dan pengetahuan serta terampil dalam penelitian dalam bidang pemasaran perilaku konsumen mengenai tentang *Perceived Value*, *Food Quality* dan Kepuasan konsumen yang diharapkan mampu dilaksanakan dengan baik.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat membantu perusahaan sebagai masukan yang berguna dan bermanfaat dalam meningkatkan *Perceived Value* dan *Food Quality* yang berkaitan dengan Kepuasan konsumen.