

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Globalisasi menyebabkan kemajuan dan perubahan yang terjadi pada setiap lapisan masyarakat, perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, adanya peradaban teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Perubahan yang mengarah kepada kemajuan dan evolusi tersebut secara tidak langsung berdampak kepada masyarakat sehingga masyarakat supaya dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari pertumbuhan zaman ialah semakin banyaknya bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan keunggulan dan keunikan masing-masing suatu produk maupun jasa, sehingga menjadikan konsumen mempunyai berbagai alternatif pilihan produk, berbeda dengan pengaruhnya terhadap produsen, bagi produsen perubahan dan perkembangan zaman menjadikan persaingan semakin ketat karena tingkat persaingan yang tinggi terjadi dalam dunia usaha.

Menteri Ketenagakerjaan, M.Hanif Dhakiri menyebutkan bahwa jumlah pengusaha naik sebesar 3% menjadi 3,4 % dari jumlah penduduk sebesar 262 juta jiwa pada tahun 2017 (REPUBLIKA, 2017). Persaingan yang ketat karena semakin tingginya jumlah usahawan menuntut pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaan supaya dapat bersaing. Pengusaha memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam menjual produk sehingga dapat bertahan pada persaingan bisnis yang semakin ketat, dan berdampak pada keinginan konsumen yang rentan berubah-ubah.

Keadaan tersebut menjadikan perusahaan mengikuti perubahan keinginan konsumen. Dengan memahami tentang kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, akan memberikan masukan kuat untuk perusahaan dalam merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan untuk pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2008).

Setiap kegiatan usaha pasti memiliki tanggung jawab yang besar terhadap kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam kegiatan bisnis, ketika konsumen merasa puas akan memberikan kontribusi yang baik terhadap *sustainable* dari suatu usaha atau keberlangsungan usaha di masa mendatang. Kepuasan konsumen merupakan penilaian tentang produk atau pelayanan yang telah memberikan tingkat kesenangan seperti yang diharapkan, dan konsumen tidak akan merasa puas apabila konsumen memberi evaluasi bahwa harapannya belum terpenuhi (Aulian dan Hidayat). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan, hal emosioal, hal kemudahan, dan garansi kualitas menjadi prioritas utama dalam bisnis untuk memenuhi kepuasan pelanggan (Kotler, 2009).

Kualitas produk ialah karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan keperluan pelanggan yang ditetapkan atau diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2008). Kualitas produk berhubungan langsung terhadap kinerja produk maupun jasa, maka kualitas mempunyai dampak langsung terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas layanan juga dapat menjadi faktor kunci keberhasilan perusahaan, Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan

serta ketepatan paparan guna mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2005), kualitas layanan juga mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen karena kualitas layanan memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan dengan perusahaan. Dalam jangka waktu yang lama memungkinkan perusahaan dapat memahami dengan baik harapan serta kebutuhan konsumen. Sehingga perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan yang tidak cukup menyenangkan (Tjiptono, 2005).

Salah satu tempat usaha yang memperhatikan kepuasan konsumen adalah “Ramen Hanara Jombang”, Ramen Hanara merupakan sebuah kedai atau tempat makan di Jombang yang menyediakan menu khas “Mie Ramen” yang tersedia dengan berbagai variasi dan menu. Jika dibandingkan dengan kompetitor yang menyediakan menu sejenis Ramen Hanara mempunyai perbedaan yang sangat mendasar, seperti pada produk yang ditawarkan kedai “Mie” pada umumnya adalah menyediakan mie dengan *topping* seperti ayam dan sayur, berbeda dengan Ramen Hanara yang menyediakan tambahan lain seperti *jajangmyeon* atau “Mie Hitam Korea”, dan juga *topping* yang sesuai dengan khas dari Korea, seperti *Nori*, *Karage*, *Katsu*, *Shoyu*, *Crabstick*, *Fishball*, *Narutomaki*, *Tofu*. Ramen Hanara memperhatikan kepuasan konsumen sehingga konsumen mempunyai kepercayaan terhadap Ramen Hanara baik dari kualitas produk maupun kualitas layanan sehingga konsumen bersedia untuk melakukan pembelian ulang dan akhirnya akan loyal, pernyataan tersebut dapat dilihat dari omset penjualan Ramen Hanara Jombang antara tahun 2015 hingga 2017:

Tabel 1.1  
Data Omset Penjualan Tahun 2015 hingga 2017

Tahun	Omset	Perubahan	Persentase	Rata-rata perbulan
2015	Rp 76,300,000	-	-	Rp 6,358,300
2016	Rp 81,100,000	Rp 4,800,000	6,29%	Rp 6,758,333
2017	Rp 105,850,000	Rp 24,750,000	30,51%	Rp 8,820,833

Sumber : Ramen Hanara Jombang, Tahun 2018.

Dari tabel 1.1 tentang omset penjualan dapat diketahui bahwa tingkat penjualan Ramen Hanara Jombang memiliki rata-rata yang stabil, rata-rata penjualan perbulan selama tahun 2015 hingga 2017 terus mengalami kenaikan dan kenaikan tertinggi pada tahun 2017 sebesar Rp 24,750,000, jika dilihat dari tahun 2015 hingga 2017 terus mengalami kenaikan penjualan meskipun tidak cukup signifikan yaitu 6,29% pada tahun 2016 dan 30,51% pada tahun 2017, jika dilihat pada rata-rata perbulan juga mengalami kenaikan secara terus menerus dari tahun ke tahun.

Tabel 1.2  
Data Rata-rata Pengunjung Ramen Hanara  
Tahun 2015 hingga 2017

Tahun	Total Pengunjung	Perubahan	Prosentase	Rata-rata pengunjung perbulan
2015	5400	-	-	450
2016	6900	1500	27,77%	575
2017	11300	4400	63,76%	942

Sumber : Ramen Hanara Jombang, Tahun 2018.

Dari tabel 1.2 tentang jumlah pengunjung dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan pengunjung secara signifikan selama tahun 2015 hingga 2017, dengan persentase kenaikan sebesar 27,77%, dan 63,76%, di mana kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2017 sebesar 4400 pengunjung.

Meskipun mempunyai menu yang berbeda dengan kompetitor, omset penjualan yang naik, dan kenaikan jumlah pengunjung, Ramen Hanara juga mempunyai keluhan yang dirasakan oleh konsumen, berikut daftar keluhan yang dirasakan oleh konsumen:

Tabel 1.3  
Daftar Keluhan pada Ramen Hanara  
Periode November 2017 hingga Maret 2018

No.	Kategori Keluhan	Keluhan Konsumen
1.	Kualitas Produk	1. Konsumen merasa <i>taste</i> atau rasa yang disajikan tidak selalu sama, terkadang mie yang disajikan terlalu <i>overcook</i> atau terlalu matang.
2.	Kualitas Layanan	1. Tidak ada fasilitas kipas angin dan tempat yang terlalu terbuka. 2. Pelayan tidak memberikan informasi mengenai menu jika konsumen tidak menanyakannya secara detail.

*Sumber : Ramen Hanara Jombang, Tahun 2018*

Dari tabel 1.3 tentang daftar keluhan pada Ramen Hanara dapat diketahui bahwa dengan adanya keluhan-keluhan dari konsumen menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas terhadap kualitas yang diberikan Ramen Hanara Jombang karena belum sesuai dengan keinginan dan harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Dari keseluruhan data yang ada dalam tabel dapat dijelaskan bahwa memang terjadi kenaikan jumlah omset penjualan dan kenaikan jumlah pengunjung

akan tetapi belum diimbangi dengan kepuasan konsumen yang disajikan pada tabel 1.3 tentang keluhan yang dirasakan konsumen, kondisi tersebut terjadi karena kurang optimalnya aspek kualitas yang diberikan Ramen Hanara Jombang, baik dari kualitas produk maupun kualitas layanan, sehingga butuh dievaluasi kembali seberapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Dari uraian latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Ramen Hanara Jombang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen?

## **1.3 Batasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya berfokus pada kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada konsumen Ramen Hanara Jombang yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali.
3. Penelitian ini dilakukan pada periode Juli 2018 hingga Agustus 2018.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris apakah kualitas produk dikelola untuk menghasilkan kesesuaian kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris apakah kualitas layanan dikelola untuk menghasilkan kesesuaian kepuasan konsumen.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini di harapkan akan memberikan manfaat kepada :

##### 1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk pengembangan usaha bisnis.

##### 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.