

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

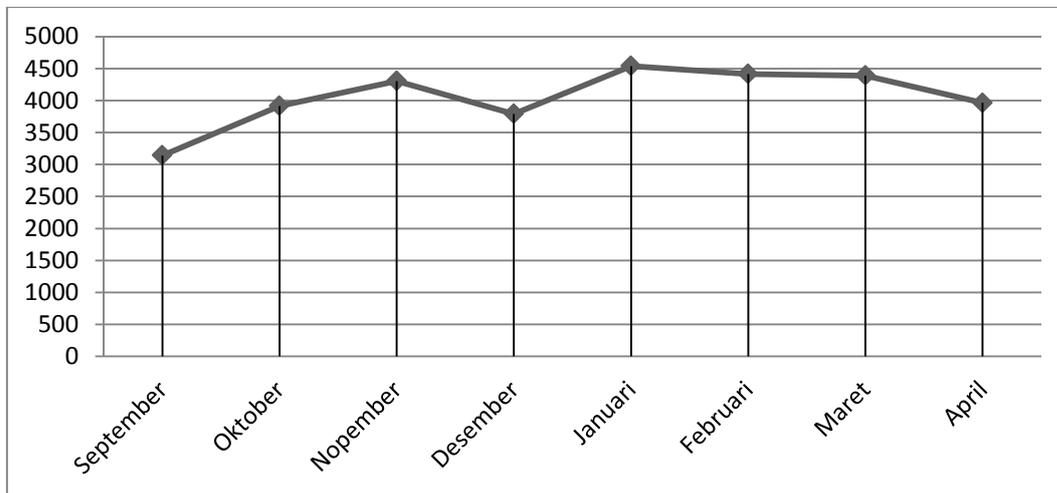
#### **1.1 Latar Belakang**

Dunia bisnis pada saat ini kian berkembang pesat, ditandai dengan tingginya antusiasme, agresifitas dan sikap berkompetitif para pelaku usaha, para produsen juga saat ini semakin kreatif dan inovatif dalam bersaing dengan melakukan berbagai macam cara untuk memenuhi keinginan atau harapan konsumennya. Maka yang menyebabkan konsumen menginginkan sesuatu barang atau jasa, dalam hal ini barang konsumsi (makanan) yang cepat atau instant. Sehingga tidak heran lagi apabila konsumen pada jaman sekarang lebih menyukai makanan cepat saji (*fast food*). Sedangkan menurut kotler dan keller dalam donni juni priansah (2017: p.196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil)n yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas.kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Salah satu rumah makan yang ada di kota bandar lampung adalah rumah makan ayam geprek bensu beralamat di jalan teuku umar no.54 bandar lampung atau lebih tepatnya berada di sebelah pasar koga, kedaton. Rumah makan geprek bensu ini di buka pada tanggal 28 agustus 2017, dan menawarkan banyak varian makanan yang disajikan bersama nasi, beberapa diantaranya ialah ayam geprek, ayam geprek keju, ayam geprek leleh, dan ayam geprek keju spesial chicken mozzarella. Menu utama yang paling digemari oleh masyarakat bandar lampung yaitu ayam geprek keju dan ayam

geprek leleh. Keduanya sama-sama ayam goreng tepung yang di atasnya bertabur keju, namun pada menu ayam geprek leleh terakhir keju nya dilelehkan dan sambal (terbuat dari cabe rawit merah, bawang putih mentah diulek kasar dan diberi siraman minyak panas). Berikut adalah data jumlah konsumen rumah makan geprek benu bandar lampung, seperti terlihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Data jumlah konsumen rumah makan**  
**Geprek benu di bandar lampung, 2017-2018**



*Sumber : rumah makan ayam geprek benu bandar lampung.*

Berdasarkan data dari tabel 1.1 diatas terlihat jelas bahwa jumlah konsumen yang berkunjung pada rumah makan geprek benu bandar lampung pada tahun 2017, jumlah konsumen yang datang pada bulan september, yaitu sebanyak 3142 orang, pada bulan oktober, yaitu sebanyak 3916 orang, pada bulan november, yaitu sebanyak 4304 orang, pada bulan desember, yaitu sebanyak 3792 orang. Dan pada tahun 2018 jumlah konsumen yang datang pada bulan januari, yaitu sebanyak 4539 orang, pada bulan februari, yaitu sebanyak 4415 orang, pada bulan maret, yaitu sebanyak 4389 orang, dan pada bulan april, yaitu sebanyak 3964 orang konsumen.

Salah satu faktor yang harus diperhatikan perusahaan untuk memberikan kepuasan pada pelanggannya adalah dengan memberikan kualitas produk yang baik. Kualitas produk yang dilakukan oleh rumah makan geprek benu dalam menciptakan kepuasan konsumennya adalah dengan cara memberikan variasi tingkat kepedasan yang beraneka macam. Tingkat kepedasan yang ditawarkan oleh mister geprek mulai dari level 1-5, level 5-8, level 8-10, dan level 10-15. Dengan berbagai tingkat kepedasan yang ditawarkan oleh rumah makan geprek benu, para konsumen bisa lebih bebas memilih level kepedasan mana yang mereka inginkan sesuai dengan selera para konsumen itu sendiri.

Pihak manajemen rumah makan geprek benu bandar lampung, berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap rumah makan geprek benu tersebut. Berhasilnya suatu perusahaan dalam mendatangkan pembeli sangat dipengaruhi oleh perusahaan yang inovatif dan kreatif dalam mengelola bisnisnya. Sedangkan definisi tentang kualitas produk menurut kotler dan armstrong (2014: p.352) adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, agar dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Selain faktor kualitas produk, faktor kualitas pelayanan yang diberikan juga harus selalu diperhatikan oleh rumah makan geprek benu bandar lampung, agar menciptakan rasa aman dan nyaman kepada konsumen yang datang, apabila konsumen sudah merasakan aman dan nyaman disaat berkunjung untuk melakukan pembelian, maka akan timbul rasa kepuasan mereka terhadap rumah makan geprek benu bandar lampung, namun pelayanan yang sering diterima atau saat ini yang ditawarkan oleh pihak rumah makan geprek benu, masih kurang baik atau belum memuaskan para konsumennya, dilihat dari fasilitas-fasilitas yang kurang diperhatikan, seperti contoh halaman parkir

yang kurang luas dan lambatnya dalam melayani konsumen, terlihat kondisi saat ini masih terlalu lama konsumen menunggu antrian saat ingin melakukan pembelian. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen. Jika jasa yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009: p.56) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

Rumah makan geprek Benu Bandar Lampung, juga menawarkan menu lain selain menu utama di atas dengan pilihan nasi putih atau mie goreng instan yang menjadi pilihan kamu. Buat konsumen yang suka pedes atau tidak suka pedes, kamu dapat memilih level pedas sesuai selera, dengan skala 0 hingga 15. Sebagai menu tambahan sekarang juga ada menu paket mie dan ayam geprek saus telur asin. Beragam menu paket mie atau ayam geprek Benu dibandrol mulai dari Rp. 15.000 sampai dengan Rp. 27.000 per porsinya. Selain itu ayam geprek Benu juga memiliki paket cemilan goreng seperti tahu, tempe, terong, dan jamur goreng yang dibandrol dengan harga Rp. 5.000 per porsinya. Sedangkan menurut Buchari Alma dalam Hadiyuda (2014: p.31) penetapan harga yaitu merupakan keputusan tentang harga yang akan diikuti dalam jangka waktu tertentu untuk membuat konsumen agar menjadi tertarik untuk melakukan pembelian.

Rumah makan geprek Benu Bandar Lampung juga menyediakan bagi para pecinta kulit ayam juga ada namanya kulit crispy yang sangat cocok untuk menemani paketan makan konsumen yang kulitnya berasa begitu lezat dan crispy dengan harga Rp. 10.000 per porsinya. Dan sebagai tambahan saat ini juga ada menu baru kulit crispy yaitu kulit kripsi telur asin harganya Rp. 15.000 per porsi.

Namun konsumen juga tidak perlu datang ke outlet-outlet ayam geprek benu, karena bisa memesan lewat online seperti gofood karena rumah makan geprek benu bandar lampung telah berkerja sama dengan penyedia layanan transportasi online, untuk memudahkan ataupun memanjakan para konsumennya. Harga menurut kotler dan keller (2009) merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang berfungsi agar dapat mengkomunikasikan nilai dari produk atau jasa serta tidak hanya sebagai menentukan profitabilitas. Dalam teori mengenai harga yang baru saja penulis sajikan disampaikan pula bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh pihak rumah makan geprek benu bandar lampung tersebut, bukan semata-mata dalam rangka untuk mendapatkan keuntungan saja, akan tetapi dalam menentukan harga juga harus dapat mencerminkan akan nilai atau kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Karena konsumen sering memproses informasi tentang harga suatu produk atau jasa secara aktif, menerjemahkan harga berdasarkan pengetahuan mereka dari pengalaman pembelian sebelumnya, komunikasi formal (iklan, telepon penjualan, dan brosur), komunikasi informal (teman, kolega, atau anggota keluarga), titik pembelian atau sumberdaya online, atau faktor lainnya, kotler dan keller (2009: p.72).

Dari hasil dari observasi yang dilakukan kepada beberap konsumen atau pengunjung yang datang ke rumah makan geprek benu bandar lampung, agar dapat mengetahui keluhan atau masalah yang dialami konsumen pada saat menikmati produk yang disediakan atau ditawarkan rumah maka geprek benu, peneliti melakukan dengan memberikan beberapa pernyataan-pernyataan kepada konsumen, seperti pada tabel 1.2 dibawah ini.

**Tabel 1.2**  
**Data hasil dari pra-survey kepada 25 konsumen**  
**Pada rumah makan geprek benu bandar lampung**

No	faktor-faktor	Tanggapan konsumen	
		Setuju	tidak setuju
1	Geprek benu selalu update info terbaru	51	49
2	Geprek benu berlokasi pada daerah strategis	55	45
3	Geprek benu selalu memberikan promosi menarik	43	57
4	Harga geprek benu cukup terjangkau semua kalangan	44	56
5	Minat konsumen akan geprek benu yang terus meningkat	54	46
6	Menu makanan yang ditawarkan bervariasi	68	32
7	Rasa geprek benu yang khas	73	27
8	Kebersihan tempat makan yang terjaga	68	32
9	Kerapihan tempat makan yang terjaga	63	37
10	Tata letak benu yang unik dan menarik	75	25
11	Karyawan yang sigap, tanggap, dan ramah	35	65
12	Terdapat kotak kritik dan saran untuk konsumen	49	51
13	Cukup untuk menampung banyak konsumen	53	47
14	Makanan yang disajikan selalu fresh dan bersih	47	53
15	Fasilitas keamanan dan personel yang memadai	74	26
16	Konsumen merasa nyaman berada di geprek benu	67	33
17	Penyajian makanan yang cepat, rapih dan bersih	85	15
18	Tersedia wastafel, toilet, hand wash, tv, lahan parkir	48	52

*Sumber data : data diperoleh tahun 2018*

Berdasarkan data dari tabel 1.2 diatas hasil dari pra-survey yang dilakukan kepada 100 konsumen yang telah diminta pendapat tentang beberapa faktor seperti; faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh rumah makan geprek benu bandar lampung. Adapun tanggapan yang paling tidak direspon oleh konsumen yang tidak merasa puas terhadap rumah makan geprek benu, adalah terdapat pada pernyataan nomor tujuh (11), yaitu; “karyawan yang sigap, tanggap, dan ramah”, dengan respon konsumen yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang, dan tanggapan tidak setuju sebanyak 65 orang. Dari hasil tersebut konsumen memberikan tanggapan yang berbeda-beda, maka hal ini mengindikasikan bahwa masih banyak konsumen yang merasakan ketidakpuasan mereka terhadap rumah makan geprek benu tersebut. Hasil tersebut dilakukan peneliti guna untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pengunjung atau konsumen saat berkunjung ke rumah makan geprek benu bandar lampung di bandar lampung.

Dari hasil pra-survey yang peneliti lakukan kepada konsumen yang datang ke rumah makan geprek benu bandar lampung, konsumen memberikan berbeda-beda tanggapan yang berkaitan dengan rasa puas atau tidaknya mereka terhadap rumah makan geprek benu tersebut. Hasil survey tersebut dengan melakukan wawancara ke beberapa konsumen merasakan masih terdapat permasalahan yang dialami oleh konsumen, bahwa konsumen masih merasakan masalah terhadap kualitas produk, pelayanan dan harga, masih kurang baik bahkan tidak sesuai dengan keinginan, harapan konsumennya, sehingga konsumen sering membandingkan dengan rumah makan yang sejenis agar memperoleh produk yang sesuai keinginan dan harapan dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Serta konsumen masih merasakan ketidak puasan pada rumah makan geprek benu bandar lampung, di karenakan harga-harga yang ditawarkan disetiap produk masih harus sesuai dengan pelayanan serta fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan harus lebih diperhatikan dengan baik, sehingga akan membentuk rasa puas konsumen pada saat berkunjung ke rumah makan geprek benu bandar lampung tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen menginginkan pihak manajemen rumah makan geprek benu bandar lampung harus lebih diperhatikan dengan baik pelayanan, kualitas produk, harga, dan fasilitas-fasilitas pendukung lainnya, sehingga akan membentuk kepuasan konsumen pada saat datang ke rumah makan geprek benu bandar lampung, yang ingin menikmati produk-produk makan yang ditawarkan. Hasil diatas tersebut dilakukan peneliti guna untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh konsumen rumah makan geprek benu bandar lampung.

Rumah makan geprek benu bandar lampung, harus memperhatikan beberapa faktor-faktor yang mampu mempengaruhi rasa kepuasan konsumennya. Karena seorang konsumen tidak menginginkan produk atau jasa yang tidak mampu memenuhi standar mutu yang tinggi, karena hal tersebut yang menentukan konsumen akan puas atau tidak puas saat melakukan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Sedangkan menurut luyoadi (2008: p.77), dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain: pertama (1). Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kedua (2). Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Ketiga (3). Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem*

yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu. Keempat (4). Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. Kelima (5). Biaya-biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, akan cenderung merakan puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan suatu konsep multi dimensi menyeluruh tentang suatu keinginan dan harapan dari kebutuhan konsumen, sehubungan dengan penelitian ini sesuai dengan situasi keadaan dan kondisi saat ini yang dialami oleh rumah makan geprek bensu di bandar lampung, mampukah pihak manajemen melaksanakan tanggung jawab pekerjaannya dalam mempengaruhi rasa kepuasan konsumennya, untuk mendorong hasil dalam pencapain tujuan mendapatkan keuntungan dari penjualan secara optimal.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti diatas, maka dalam melaksanakan penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS FAKTOR - FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN GEPREK BENSU DI BANDAR LAMPUNG”**.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan hasil observasi yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah diatas, sesuai dengan kondisi saat ini yang dialami dan dirasakan oleh konsumen rumah makan ayam geprek benu di bandar lampung, maka penulis melakukan perumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi atau menentukan kepuasan konsumen ?

## **1.3 Ruang lingkup penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah penelitian diatas maka peneliti melakukan batasan-batasan ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.3.1 Ruang lingkup subjek penelitian**

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah rumah makan geprek benu, yang beralamat di di jalan teuku umar no.54 di bandar lampung.

### **1.3.2 Ruang lingkup objek penelitian**

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah manajemen pemasaran tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

### **1.3.3 Ruang lingkup ilmu penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian yang diambil yaitu manajemen pemasaran yang meliputi teori-teori kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.

### **1.3.4 Ruang lingkup tempat penelitian**

Penelitian dilaksanakan di rumah makan geprek benu di bandar lampung.

#### **1.4 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan peneliti dari dalam penelitian ini, antara lain:

Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh atau menentukan kepuasan konsumen rumah makan geprek benu

#### **1.5 Manfaat penelitian**

Berdasarkan tujuan dalam penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

##### **1.5.1 Bagi penulis**

Untuk dapat membuktikan sendiri teori–teori mengenai manajemen, khususnya manajemen pemasaran yang berkaitan tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen, yang penulis pelajari dan didapatkan pada saat masa perkuliahan.

##### **1.5.2 Bagi perusahaan**

Dapat dipergunakan sebagai bahan masukan perusahaan dalam menetapkan dan meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan geprek benu bandar lampung.

##### **1.5.3 Bagi akademik dan pihak lain**

- a. Bagi pihak akademik untuk menambah referensi perpustakaan institut informatika dan bisnis darmajaya bandar lampung, khususnya bagi fakultas bisnis dan ekonomi, jurusan manajemen.
- b. Serta sebagai bahan referensi acuan penelitian selanjutnya, khususnya kepuasan konsumen.

## **1.6 Sistematika penulisan**

Berdasarkan dalam penulisan penelitian ini, maka sistematika penulisannya terdiri atas 5 bab yaitu, sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam penulisan bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan bagian yang berisi tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar acuan teori bagi peneliti. Pada bab ini diuraikan teori-teori menurut para ahli mengenai masing-masing variabel, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis data, metode analisis data, pengujian hipotesis.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai deskripsi data, hasil uji persyaratan instrumen, hasil uji persyaratan analisis data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang berhubungan dengan penelitian untuk menjadi acuan penelitian dimasa yang akan datang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN- LAMPIRAN**