

BAB I

PENDAHULUAN

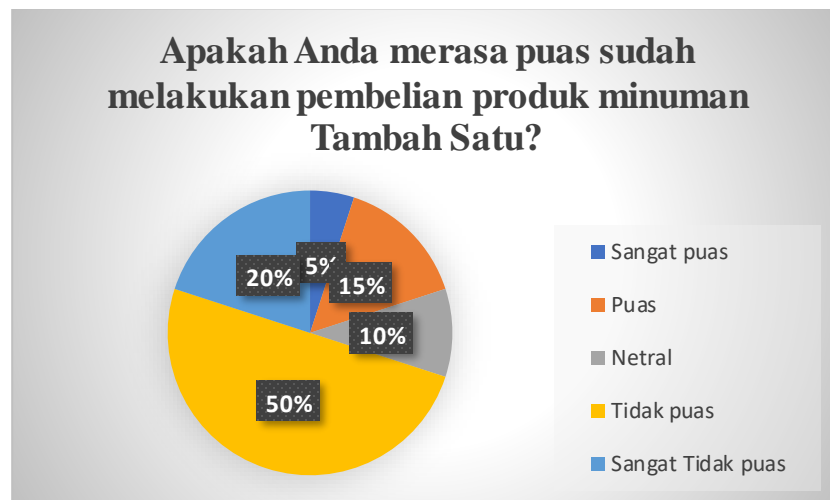
1.1 Latar Belakang

Salah satu bisnis yang digemari saat ini adalah bisnis kuliner makanan dan minuman. Perkembangan teknologi pada era modern ini terlihat semakin canggih berdampingan dengan banyaknya perusahaan yang tumbuh dan berkembang pesat. Munculnya perusahaan pada bidang kuliner khususnya bisnis minuman yang melakukan inovasi dan mengembangkan kreativitasnya ditengah kondisi persaingan perusahaan semakin ketat. Banyaknya merk dan jenis minuman kekinian yang terus bermunculan salah satunya adalah minuman boba. Menurut (Liu, Cheng dan Wu, 2020) boba merupakan tepung tapioka yang dibentuk bulat dan memiliki tekstur yang kenyal, biasanya diolah dengan gula merah atau *brown sugar* supaya terasa manis dan berwarna hitam kecoklatan.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dapat diperhatikan bagi para produsen guna mempertahankan bisnis yang dimilikinya karena jika seorang konsumen puas maka hal tersebut menjadi aset yang sangat berharga untuk perusahaan. Pentingnya kepuasan konsumen menjadi perhatian yang utama dan menjadi kompleks karena banyak aspek-aspek yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis yaitu mendapatkan laba yang besar dan menciptakan konsumen yang puas. Kepuasan konsumen muncul apabila konsumen dihadapkan pada situasi kognitif yang berkenaan dengan keseimbangan atau tidak antara hasil yang diperoleh lalu dibandingkan dengan pengorbanan yang telah dilakukan. Jika pelanggan merasa puas maka mereka cenderung loyal dan menilai positif pengalaman transaksi pembeliannya. Dampak dari kejadian tersebut mampu menciptakan hubungan yang baik antara konsumen dengan produsen. Dengan begitu antusiasme tentang kepuasan konsumen harus dilakukan dengan Analisa-analisa dari perusahaan (Basith, 2014:2).

Kepuasan konsumen dalam bisnis kuliner tentunya menjadi fokus penting bagi kelangsungan bisnis tersebut seiring dengan semakin meningkatnya bisnis minuman, karena persaingan semakin bertambah ketat. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat berkembang. Setiap perusahaan dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi perasaan senang. Persaingan yang selalu datang pada dunia bisnis mendorong terciptanya ide-ide kreatif yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan (Ismail, 2014:180).

Bisnis Minuman Tambah Satu Cabang Alamanda Regency berdiri pada Januari 2021. Cabang pertama bisnis minuman Tambah Satu ini terletak di Jl. Medan Satria, Bekasi. Terdapat 10 jenis rasa yang di tawarkan oleh Tambah Satu dengan berbagai macam *topping* seperti boba, *cheesecream*, taburan oreo. Dalam menilai kepuasan konsumen, peneliti melakukan pra survey melalui wawancara terhadap pengunjung mengenai pendapat pengunjung tentang kepuasan konsumen pada bisnis minuman Tambah Satu Cabang Alamanda Regency.



Gambar 1.1
Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen pada Pembelian Produk Minuman Tambah Satu

Sumber: Hasil Pra Survei, 2022.

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti terhadap 20 responden yang sudah mengunjungi, membeli, dan merasakan produk minuman Tambah Satu Cabang Alamanda Regency terdapat 40% atau 6 responden yang merasakan adanya kepuasan saat membeli produk minuman Satu dan sebesar 60% atau 14 responden yang tidak merasakan kepuasan saat melakukan pembelian produk .

Faktor utama yang penting menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (Kotler & Keller, 2016:95), kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang mereka beli. Dalam bisnis kuliner hal yang menjadi perhatian utama konsumen adalah cita rasa, kebersihan makanan serta cara penyajiannya. Konsumen biasanya tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak, juga memiliki tata penyajian yang menarik. Selain itu, konsumen juga cenderung lebih sering membagikan pengalaman mereka ke media sosial, baik itu berupa pujian atau kekecewaan. Secara tidak langsung hal ini akan mempengaruhi citra perusahaan bila tidak benar-benar memperhatikan kualitas produk mereka, karena akan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan pembelian. Hal tersebut tidak berlaku pada Tambah Satu, adanya permasalahan terkait kualitas produk yang ditawarkan. Hal tersebut diperkuat dengan ditemukannya beberapa keluhan konsumen mengenai Kualitas Produk melalui wawancara pendahuluan kepada 10 responden sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Hasil Wawancara Kualitas Produk

Pernyataan	Jumlah Konsumen	Presentase
Rasa minuman yang disajikan tidak konsisten, terkadang enak terkadang hambar atau bahkan terlalu manis	6	60%
Tidak banyak varian rasa yang disajikan	4	40%
Total	10	100%

Sumber: Data olahan kuesioner pra survei, 2022.

Berdasarkan tabel 1.1 pada rasa minuman yang tidak konsisten tidak terdapat gelas atau sendok takar yang menyebabkan rasa minuman yang terkadang berubah-ubah. Terdapat 10 varian dalam menu yang menurut para responden itu masih terlalu sedikit, banyak rasa kesukaan konsumen yang tidak ada dimenu Tambah Satu Alamanda Regency.

Kualitas Pelayanan sebagai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah pemenuhan kebutuhan yang diharapkan pelanggan dari tingkat kemampuan yang diberikan oleh perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan memuaskan atau sesuai yang diharapkan oleh konsumen maka konsumen akan puas dengan pelayanan yang diberikan. Maka kualitas pelayanan sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Namun hal tersebut tidak berlaku pada minuman Tambah Satu, banyak beberapa konsumen yang mengeluhkan terkait kualitas pelayanan yang disajikan pada karyawan Tambah Satu. Hal tersebut juga diperkuat dengan ditemukannya beberapa keluhan konsumen mengenai Kualitas Pelayanan melalui wawancara pendahuluan kepada 10 responden sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Hasil Wawancara Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Jumlah Konsumen	Presentase
Pelayanannya yang kurang ramah dan baik dalam melayani konsumen	3	30%
Penyajian hidangannya terlalu lama dalam melayani konsumen.	5	50%
Karyawannya kurang tanggap dan kurang bersungguh-sungguh dalam melayani konsumen	2	20%
Total	10	100%

Sumber: Data olahan kuesioner pra survei, 2022.

Berdasarkan tabel 1.2 hanya terdapat 2 karyawan yaitu kasir dan Barista pada saat pengerjaan dalam pembuatan minuman yang membuat mereka mungkin terburu-buru saat melayani sehingga mereka kurang memperhatikan sikap dan raut wajahnya dalam melayani, dan karena hanya 2 karyawan sajalah yang menyebabkan penyajian hidangan terlalu lama pada saat ramai pengunjung dan mereka hanya melayani pesanan dari konsumen tanpa melihat dan mendengar kritik dan masukan dari para konsumennya.

Menurut Nurul Agis selaku *Owner* Tambah Satu Cikarang membenarkan hal tersebut bahwasannya proses kegiatan pelayanan pada kedainya masih kurang maksimal, namun pihaknya akan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tidak merasa kecewa. Konsumen yang melakukan pembelian berulang-ulang yang akan meningkatkan peningkatan penjualan dapat diperoleh melalui kualitas pelayanan yang baik dan prima, oleh karena itu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Para peneliti terdahulu yang mengulas tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen yang dikaitkan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan, akan tetapi masih menghasilkan temuan yang berbeda-beda. Pada penelitian Basith (2014:55) dan Sembiring (2014:67) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Jaya Indra (2014:27) menemukan tidak adanya pengaruh kualitas produk ditinjau dari harapan terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan juga melakukan upaya untuk memenuhi harapan para konsumennya dengan kualitas pelayanan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan maksud untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yaitu sebuah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan serta sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2014:271).

Penelitian Sembiring (2014:70) dan Riswandhi Ismail (2014:67) telah menemukan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, namun pada penelitian Wijayanto (2015:59) membuktikan tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan adanya pencarian dalam beberapa jurnal ini menyebabkan peneliti memiliki ketertarikan untuk menjadikan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai faktor yang berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan Uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini, dengan judul yang diangkat yaitu **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Tambah Satu Cabang Alamanda Regency"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang di ambil antara lain:

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Tambah Satu Cabang Alamanda Regency?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Tambah Satu Cabang Alamanda Regency?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan uraian diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Tambah Satu Cabang Alamanda Regency.
- b. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Tambah Satu Cabang Alamanda Regency.

b. Manfaat penelitian

1. Manfaat secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bukti empiris pada masa yang akan datang khususnya menyangkut kualitas produk dan kualitas pelayanan.
2. Manfaat secara praktis, hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam merumuskan kebijakan terutama tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang manfaat kepuasan konsumen, dan peneliti dapat mengambil hasil penelitian sebagai sumber referensi mengenai faktor apa saja yang dapat memengaruhi kualitas produk dan kualitas pelayanan.

1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah

Dalam menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian lalu mendapatkan kepuasan, banyak faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen antara lain adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi, lokasi, dan lain-lain. Agar pembahasan yang dilakukan lebih fokus dan terarah, penulis membatasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Objek Penelitian dilakukan di Minuman Tambah Satu Cabang Alamanda Regency.
2. Subjek Penelitian Adalah pelanggan Minuman Tambah Satu Cabang Alamanda Regency.
3. Variabel yang diteliti hanya Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Pelaporan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembatasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang merupakan penjabaran dari teori tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, serta teori-teori lain yang mendukung. Selain itu, bab ini berisi hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini diuraikan deskripsi obyek penelitian, deskripsi profil responden, deskripsi data hasil uji validitas dan reliabilitas, deskripsi data skor variabel kualitas pelayanan (X_1), deskripsi data skor variabel harga (X_2), deskripsi data skor variabel kepuasan pelanggan (Y), analisis regresi, analisis koefisien korelasi, dan hasil uji hipotesis.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup penyusun mencoba menarik simpulan dari permasalahan dan pembahasan yang kemudian disajikan pula saran-saran yang berhubungan dengan penelitian yang kiranya dapat bermanfaat bagi instansi sebagai masukan.