

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan industri makanan dan minuman menuntut pengelola untuk dapat lebih kompetitif dari pesaing agar tidak terjebak dalam kemerosotan persaingan usahanya. Industri makanan dan minuman tidak hanya dituntut untuk mampu menghasilkan produk yang bermutu bagi pelanggan, tetapi juga harus mampu memasarkan produk dan jasanya yang dihasilkan. Untuk memasarkan produk dari industri makanan dan minuman agar dapat berjalan secara kontinyu, maka pengelola industri makanan dan minuman harus selalu memperhatikan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk, anggapan atau hasilnya dalam kaitan dengan ekspektasi (Kotler dan Keller, 2009:14). Banyak faktor yang harus dipenuhi pengelola industri makanan dan minuman, untuk memuaskan pelanggan diantaranya produk yang memiliki nilai yang dibutuhkan pelanggan dan selalu berorientasi pada pasar agar lebih memahami kebutuhan yang dapat memuaskan pelanggan.

Industri makanan dan minuman harus melakukan kombinasi dimensi produk, pelayanan dan harga dari suatu penawaran produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler, 2004:305). Hasil penelitian Nadia, dkk (2013), Novi dan Maspiyah (2016), variabel

kualitas produk mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini membuktikan pelanggan yang puas disebabkan karena kualitas produk yang baik. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283), mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya dan kepuasan pelanggan.

Pelanggan tidak hanya sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya pelanggan akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan sepenuh perhatian sehingga akan timbul kepuasan. Dengan demikian, pelayanan merupakan hal yang penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2004:440), ada lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty*. Kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Hasil penelitian Nadia, dkk (2013), Novi dan Maspiyah (2016), variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini membuktikan pelanggan yang puas disebabkan karena kualitas pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono (2011:331), mengungkapkan bahwa kualitas jasa

merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari strategi harga yang digunakan, kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Harga merupakan sejumlah nilai yang pelanggan tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki suatu barang dan jasa, harga barang dan jasa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Nadia, dkk (2013), Novi dan Maspiyah (2016), secara garis besar pengaruh harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa pengaruh harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi harga, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata. Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 439) mengemukakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Salah satu perusahaan yang mengalami hal tersebut adalah industri makanan dan minuman J.Co Donuts & Coffee di Madiun. J.Co Donut & Coffee didirikan oleh salah seorang pengusaha salon asli Indonesia bernama Johnny Andrean. Ide untuk mendirikan J.Co Donut & Coffee berawal dari kebiasaan Johnny yang sering melakukan perjalanan bisnis ke Amerika Serikat. Kala itu Johnny gemar mencicipi berbagai donat khas Amerika. Dari

kegemarannya tersebut, Johnny mulai terinspirasi untuk memulai bisnis donat khas Amerika.

J.Co Donut & Coffee sebagai bisnis kuliner yang berkualitas, kualitas produk yang bermutu tinggi, kualitas pelayanan yang baik dan strategi harga yang tepat menjadi salah satu keunggulan J.Co Donut & Coffee untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Di J.Co Donut & Coffee ini mencakup semua golongan yang di ambil baik dari kalangan mahasiswa, anak sekolah, ibu rumah tangga dan pegawai kantoran. Harga yang ditawarkan J.Co Donut & Coffee sangat bervariasi sehingga bisa dinikmati oleh banyak kalangan. Peningkatan produk serta pelayanan merupakan salah satu faktor penting untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. J.Co Donut & Coffee banyak memberikan varian untuk memberikan produk baru yang berbeda yang diharapkan mampu menarik perhatian pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian di depan maka peneliti akan mengkaji:
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Empiris di J.CO Donuts & Coffee Cabang Madiun).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di depan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan J.Co Donuts & Coffee di Madiun?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan J.Co Donuts & Coffee di Madiun?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan J.Co Donuts & Coffee di Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah di depan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan J.Co Donuts & Coffee di Madiun.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J.Co Donuts & Coffee di Madiun.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan J.Co Donuts & Coffee di Madiun.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi J.Co Donuts & Coffee di Madiun

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi J.Co Donuts & Coffee di Madiun untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan menjadi lebih loyal untuk menikmati produk dari J.Co Donuts & Coffee di Madiun.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dan referensi bagi peneliti lain yang ingin mempelajari atau

meneliti tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun

Hasil penelitian dapat digunakan untuk menambah pengetahuan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk memberikan gambaran secara keseluruhan dalam penulisan skripsi, sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis, bab ini membahas teori-teori yang menjadi dasar berpikir yaitu berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

BAB III : Metoda Penelitian, bab ini diuraikan tentang desain penelitian yang meliputi metode penelitian dan prosedur pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operational variabel serta definisi operasional dan pengukuran variabel.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan, bab ini terdiri dari: data penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V: Simpulan dan Saran, bab ini terdiri dari simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penulisan skripsi selanjutnya.