

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era zaman modern sekarang banyak perusahaan berkompetisi untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapat pencitraan yang positif di benak konsumen. Pihak manajemen di masing-masing perusahaan juga dituntut agar dapat meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Selain itu keberhasilan perusahaan dalam mencapai kinerja yang optimal secara terus-menerus ditentukan oleh seberapa besar perusahaan mampu untuk berinovasi agar dapat terus bertahan dan berkompetisi dalam dunia bisnis. Strategi pemasaran yang tepat dan terencana bukan hanya diterapkan di perusahaan besar tetapi perusahaan kecil atau perusahaan pemula juga menerapkan strategi yang sama demi kelangsungan perusahaan baik dengan cara pencitraan merek yang baik di benak konsumen.

Long ago, during the industrial age—when the core technology was industrial machinery—marketing was about selling the factory's output of products to all who would buy them. The products were fairly basic and were designed to serve a mass market. The goal was to standardize and scale up to bring about the lowest possible costs of production so that these goods could be priced lower and made more affordable to more buyers (Dahulu kala, selama era industri ketika teknologi intinya adalah mesin industri pemasaran adalah tentang menjual produk hasil pabrik kepada semua orang yang mau membelinya. Produknya cukup mendasar dan dirancang untuk melayani pasar massal. Tujuannya adalah untuk menstandarisasi dan meningkatkan untuk menghasilkan

biaya produksi serendah mungkin sehingga barang-barang ini dapat dihargai lebih rendah dan lebih terjangkau bagi lebih banyak pembeli). (hal.3)

Firman Allah SWT dalam Surah Al Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “*Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung*”. (QS. al Jumu'ah: 10).

Ayat di atas menunjukkan Allah memerintahkan kita untuk menunaikan keawajiban kita sebagai manusia untuk beribadah, dan bertebaranlah kita untuk mencari rezeki Allah dimuka bumi ini dan berlomba-lombalah untuk kebaikan. Ajaran Islam apabila seperti gambaran dalam ayat di atas tentu akan sangat baik dalam mencari rezeki disetiap usah. Ternyata pernyataan dan ajaran Islam seperti yang diperintahkan dalam ayat di atas tidak selalu bisa diwujudkan oleh semua pemeluknya. dalam berbisnis, persaingan itu adalah hal yang sering kita dengar karena di dalam bisnis itu ada yang namanya pesaing. Jika ingin perusahaan kita dapat bersaing dalam dunia bisnis maka kita harus mempunyai strategi yang baik untuk mengalahkannya.

Menurut Tjiptono, Chandra dan Adriana (2007:24), Secara sederhana, kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat, dengan kata lain produk sesuai dengan standar (target sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Menurut Kotler dan Keller (2009:138), Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika

kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Menurut Griffin (2002:4), Loyalitas konsumen lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (behavior) dari pada dengan sikap. Jika seseorang merupakan konsumen loyal, konsumen akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian non-random yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan.

Kepuasan konsumen sangat di harapkan oleh para pengusaha karena dengan konsumen yang loyal maka usaha mereka akan dapat berkembang, Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha dibidang jasa, salah satunya adalah bagaimana mereka dapat menarik konsumen dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan. (Grandt & Krishan, 1994)

Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketikamereka menjual produk yang sama. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk yang diberikan oleh perusahaan yang bersangkutan selama tamu atau calon konsumen berada di perusahaan untuk mencari informasi ataupun pelanggan yang sudah menggunakan jasa tersebut.

Menurut Reichheld dan schefter (2000:106) untuk mendapatkan loyalitas konsumen, bisnis harus mampu terlebih dahulu mendapatkan kepercayaan

mereka loyalitas menurut Lovelock dan Wright (2007) adalah kesiapan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dengan menggunakan barang serta jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya.

Dengan memiliki komitmen untuk melakukan pembelian ulang maka seharusnya konsumen senantiasa menggunakan jasa perusahaan untuk digunakan dimasa mendatang, namun tidak dengan data yang ditunjukkan dalam forum.detik.com. salah satu forumnya yang membahas tentang keluhan, kritik dan saran terhadap kantor pos masih terdapat banyak konsumen yang mengeluh dan mengkritik kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kantor pos. kualitas pelayanan sendiri dapat didefinisikan sebagai keseluruhan fitur dan sifat produksi atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler dan Keller, 2009).

Warung makan Mama Najwa yang beralamat di jalan Iskandar rt 01, Mantawa baru Ketapang, Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah adalah salah satu tempat makan yang ada di pelabuhan selamat datang di kota sampit yang memiliki pelanggan atau konsumen yang tergolong banyak di antara yang lain, pelayanannya pun sangat ramah dan baik. Peneliti pernah bertanya dengan konsumen apakah karena harga dan lokasi yang baik sehingga konsumen puas, namun tidak semua menjawab bahwa harga dan lokasi yang membuat puas ada beberapa yang tidak, oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen, sehingga peneliti tertarik

ingin mengangkat judul skripsi **“Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Makan Mama Najwa di Pelabuhan Selamat Datang Di Kota Sampit”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar yang dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Apakah harga dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Mama Najwa di Pelabuhan Selamat Datang di Kota Sampit?
2. Apakah harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Makan Mama Najwa di Pelabuhan Selamat Datang di Kota Sampit?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat ditarik tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasankonsumen di Warung makan mama Najwa secara parsial.
2. Untuk mengetahui apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasankonsumen di Warung makan mama Najwa secara simultan.

D. Signifikansi Penelitian

Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan mampu untuk:

1. Bagi mahasiswa, sebagai bahan untuk melakukan penelitian khususnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, juga memperkaya ilmu pengetahuan tentang perusahaan yang bergerak di bidang kuliner.
2. Bagi penulis, menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam ilmu yang telah diberikan dalam kuliah, terutama pada bidang pemasaran, khususnya pada subjek yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan harga dan lokasi.

Dari segi praktis, penelitian ini diharapkan mampu untuk:

1. Bagi objek penelitian, dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan subjek yang diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat meningkatkan jumlah pembeli dan mempertahankan konsumen agar tetap loyal.
2. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, atau rujukan referensi untuk kegiatan penelitian yang lebih mendalam lainnya, khususnya untuk para akademisi, serta menambah wawasan bagi kalangan non akademisi.

E. Definisi Operasional

Bertujuan untuk menghindari sebuah kekeliruan dan kesalah pahaman dalam memahami penelitian ini dan menginprestasikan judul serta permasalahan

yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat definisi oprasional sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh yaitu daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (KBBI). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Mama Najwa Di Pelabuhan Selamat Datang Di Kota Sampit.

2. Harga

Kotler dan Armstrong mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa (Setianingrum, 2015:11). Harga yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah harga makanan atau minuman yang dibayar oleh konsumen kepada pemilik warung makan mama Najwa.

3. Lokasi

Lokasi adalah tempat yang berhubungan dengan dimana perusahaan atau warung didirikan dan dilaksanakan, lokasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah letak warung makan mama Najwa.

4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005:13). Kepuasan konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil yang didapatkan sesuai dengan apa yang dibayangkan konsumen.

5. Warung makan mama Najwa Di Pelabuhan selamat datang dikota sampit

Warung makan mama Najwa adalah warung makan yang beralamat di jalan Iskandar rt 01, Mentawa Baru Ketapang, Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Maksud dari kerangka berfikir ini sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal (Sugiyono, 2017:60). Sebuah kerangka pemikiran bukanlah sekedar sekumpulan informasi yang di dapat dari berbagai sumber-sumber, atau juga bukan sekedar sebuah pemahaman. Tetapi, kerangka pemikiran membutuhkan lebih sekedar data-data atau informasi yang relevan dengan sebuah penelitian, dalam kerangka pemikiran dibutuhkan sebuah pemahaman yang didapat peneliti dari hasil pencarian sumber-sumber dan kemudian diterapkan dalam sebuah kerangka pemikiran. Pemahaman dalam sebuah kerangka pemikiran akan melandasi pemahaman-pemahaman lain yang telah terciptaterlebih dahulu.

Berdasarkan pemaparan diatas, tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis diatas akan di terapkan dalam kerangka konseptual sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Makan Mama Najwa Di Pelabuhan Selamat Datang Di kota Sampit”.

Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan Keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan membeli suatu penawaran.

Lokasi merupakan suatu tempat berlangsungnya kegiatan usaha. Lokasi usaha juga merupakan suatu investasi jangka panjang bagi perusahaan. Terjadinya pertemuan antara penjual dan pembeli dilakukan pada suatu tempat atau yang sering disebut dengan lokasi usaha. Seberapa sering suatu usaha dikunjungi oleh konsumen dipengaruhi oleh penentuan lokasi dari usaha tersebut. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kerangka penelitian dimaksud adalah sebagai berikut: harga (X1) dan lokasi (X2) sebagai variabel bebas yang mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y). Untuk memperjelas dan mempermudah dalam pemahaman, maka perlu dijelaskan suatu Kerangka pemikiran sebagai berikut:

G. Hipotesis

Dalam sebuah penelitian ada yang namanya hipotesis, hipotesis adalah dugaan sementara yang di dalamnya mengandung sebuah kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan di tolak jika ternyata salah, dan hipotesis tersebut akan diterima jika ternyata fakta-fakta dibenarkan. Oleh karena itu penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Oleh sebab itu maka peneliti merumuskan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini baik secara parsial maupun secara simultan hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara Parsial

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara (X_1) harga dan (X_2) lokasi terhadap (Y) kepuasan konsumen pada warung makan mama Najwa.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara (X_1) harga dan (X_2) lokasi terhadap (Y) kepuasan konsumen pada warung makan mama Najwa.

2. Secara Simultan

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara (X_1) harga dan (X_2) lokasi terhadap (Y) kepuasan konsumen pada warung makan mama Najwa.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara (X_1) harga dan (X_2) lokasi terhadap (Y) kepuasan konsumen pada warung makan mama Najwa.

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

Pertama adalah penelitian Clara Lintang Sistiyo Andari, judul Jurnal “Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung (studi kasus pengunjung Sila”sAgrotouris. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti angkat yaitu sama- sama menjadikan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel devenden. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti adalah terletak pada variabe independen yang satunya yaitu penelitian ini menggunakan Fasilitas sedangkan penelitian yang sedang saya angkat ada tiga variabe lindependen.

Kedua adalah penelitian Jainal Ilmi, Judul skripsi “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen pada Café dan Restaurant Day Avenue Banjarmasin”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti angkat yaitu sama-sama menjadikan kualitas Peayananan dan harga sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti adalah terletak pada devendennya yaitu penelitian saya tentang kepuasan konsumen sedangkan

penelitian ini tentang keputusan pembelian.

Ketiga adalah penelitian Aziz Asriel (2006), judul skripsi “pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti angkat yaitu sama-sama menjadikan kualitas Peayananan sebagai variabel independen dan perbedaannya pada variabel indeviden yaitu tentang loyalitas sedangkan penelitian saya tentang kepuuasan konsumen.

TABEL 1. 1 PENELITIAN TERDAHULU

NO	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Clara Lintang Sistiyo Andari, 2017.	Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung (studi kasus pengunjung Sila's Agrotourism	Y= kepuasan	X2=Fasilitas X1=kualitas pelayanan
2	Jainal Ilmi, 2016.	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen pada Café dan Restaurant Day Avenue Banjarmasin.	X2= Harga	X2=kualitas Produk Y=Keputusan pembelian
3	Aziz Asriel (2006)	pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia.	-	Y=Loyalitas Konsumen X=kualitas pelayanan

I. Sistematika Penelitian

Penyusunan skripsi yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan

sistematika penulisannya sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan, dalam bab ini berisi latar belakang masalah yang membahas alasan mengangkat judul skripsi dan gambaran permasalahan yang akan diteliti Kemudian permasalahan yang telah digambarkan tersebut akan dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah Tujuan dari penelitian yaitu mengetahui apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah Juga kegunaan setelah dilakukannya penelitian yang hasilnya dimuat dalam sebuah penelitian. Definisi operasional untuk membatasi judul skripsi. Penelitian terdahulu sebagai informasi adanya penelitian sebelumnya yang ada kemiripan namun memiliki perbedaan yang jelas.

Bab II adalah landasan teori, dalam bab ini membahas tentang teori yang berkaitan dengan harga, lokasi dan kepuasan konsumen

Bab III adalah metode penelitian, dalam bab ini dibahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV adalah laporan hasil penelitian dalam bab ini berisi tentang gambaran umum tentang usaha Warung makan Mama Najwa, dalam bab ini dipaparkan tentang hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang dikemukakan pada bab pertama.

Bab V adalah penutup pada bab ini berisi simpulan dan keseluruhan pembahasan juga merupakan penegas untuk jawaban dan rumusan masalah. Dalam bab ini juga penulis memberikan saran yang dirasa penulis perlu untuk menambah agar lebih baik lagi

