

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Banyaknya perdagangan makanan yang berlomba untuk menarik minat konsumen menjadikan kondisi kompetisi antar pengusaha yang berlangsung semakin ketat. Hal ini secara otomatis akan diiringi dengan munculnya beberapa jasa perdagangan makanan dan sejenisnya yang menjadi kompetitor terberat. Keadaan ini dapat dijadikan suatu peluang dan tantangan bisnis bagi setiap jasa rumah makan yang beroperasi di Indonesia.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perdagangan makanan dapat berjalan lancar.

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan hasil olahan makanannya. Pengusaha makanan dapat menjual olahan makanan dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran.

Perkembangan dalam dunia jasa pengolahan makanan saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis di jasa pengolahan makanan semakin kompetitif dan ketat. Strategi yang digunakan dalam mengatasi persaingan antar perdagangan makanan antara lain meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan yang berkembang dalam masyarakat.

Seiring meningkatnya persaingan jasa pengolahan makanan di sepanjang daerah dan kawasan tersebut dan banyaknya jumlah rumah makan, baik rumah makan sederhana dan rumah makan yang berkelas menengah keatas dengan memperlihatkan kemajuan produk makanan dan jasanya demi menarik minat pelanggannya. Dalam sebuah usaha yang bergerak dalam bidang jasa pengolahan makanan tidak hanya menawarkan kepuasan pelanggan namun yang utama adalah produk makanan yang ditawarkan dan di hasilkan oleh rumah makan N.W. Resto di ngoro Mojokerto.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Daryanto,2014:52). Bagi pengusaha atau produsen makanan dalam kondisi persaingan yang ketat pengetahuan akan preferensi konsumen sangat penting karena digunakan untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada (Buchari Alma, 2014).

Dalam pembelian makanan di rumah makan N.W Resto di ngoro misalnya, kepuasan pelanggan yang di buat oleh seorang konsumen tentunya tidak hanya di pengaruhi oleh faktor ekonomi semata terutama besarnya pendapatan, akan tetapi erat kaitannya dengan lingkungan sosial, budaya dan

faktor-faktor lain baik secara langsung dapat mempengaruhi secara langsung terhadap kepuasan pelanggan yang membeli di rumah makan N.W. Resto di daerah Ngoro Mojokerto.

Salah satu hasil olahan makanan yang selama ini sangat diminati oleh pelanggan yang menjadi konsumennya adalah olahan makanan Chinese food. Olahan makanan tersebut terdiri dari berbagai jenis menu makanan yaitu fuyung hai, cap jay, kwetiau, mapo tofu, nasi goreng Chinese dan Dimsum.. Kepuasan pelanggan dalam pembelian makanan di rumah makan N.W Rustu di Ngoro tentunya tidak terlepas dari berbagai faktor seperti pendapatan, persepsi terhadap harga makanan dan faktor selera konsumen itu sendiri karena pada dasarnya kepuasan pelanggan yang paling utama untuk melakukan pembelian makanan yang terkait erat dengan daya beli konsumen itu sendiri.

Sekalipun seorang pelanggan sangat menginginkan makanan tertentu, namun apabila pendapatan yang mereka miliki tidak mencukupi, maka konsumen tersebut akan mengundurkan niatnya untuk membeli produk tersebut. Begitu juga halnya dengan persepsi terhadap harga yang ditetapkan N.W Resto terhadap suatu olahan makanan yang dihasilkan. Secara umum konsumen tidak ingin membeli dengan harga yang terlalu mahal tinggi rendahnya suatu makanan itu sendiri dan manfaat yang akan diperoleh pelanggan dengan membeli produk tersebut. Sekalipun pelanggan memiliki pendapatan yang cukup, tetapi mereka memiliki anggapan bahwa harga yang harus mereka bayar terlalu mahal jika dikaitkan dengan kualitas di rumah makan N.W Resto tersebut. Maka konsumen juga akan mengundurkan niatnya untuk melakukan pembelian.

Selanjutnya faktor selera merupakan faktor internal konsumen yaitu faktor budaya, sosial konsumen sendiri sekalipun selera bersifat abstrak namun diyakini dapat berdampak pada kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian secara umum, pelanggan menginginkan olahan makanan yang sesuai selera mereka.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik untuk memilih rumah makan N.W Resto di Ngoro sebagai objek penelitian Berdasarkan latar belakang yang diuraikan tersebut, penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN N.W RESTO DI NGORO”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *process* dan *people* secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan?
2. Apakah variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *process* dan *people* secara parsial berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan?
3. Manakah diantara variabel variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *process* dan *people* yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui variabel *product, price, place, promotion, physical evidence, process* dan *people* secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui variabel variabel *product, price, place, promotion, physical evidence, process* dan *people* secara parsial berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui manakah dari variabel *product, price, place, promotion, physical evidence, process* dan *people* yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen khususnya bidang Manajemen Pemasaran yang dapat ditindak lanjuti.

2. Manfaat bagi Praktisi

- a. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta mempelajari masalah-masalah yang berhubungan dengan bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan yang lebih baik di masa yang akan datang.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi manajemen pemasaran dalam meningkatkan pelanggan yang diberikan untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang lebih baik di masa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti Lanjutan

Sebagai referensi bagi peneliti untuk penelitian selanjutnya. untuk sebagai perbandingan dalam penelitian yang selanjutnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Agar agar peneliti tidak melebar maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini, agar pembahasan tidak mengalami kesimpangsiuran dan upaya terhindar dari perubahan yang terlalu luas maka penulis membatasi sebagai berikut:

1. Daerah penelitian dilakukan di Rumah makan N.W Resto di Ngoro Mojokerto.
2. Karakteristik subjek penelitian > bulan selama 2 Mei – juni 2019.
3. Peneliti hanya membahas bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan