

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi yang sekarang ini jumlah akan produk yang mengalami persaingannya pada pasar dijadikan sebagai yang menentukan pelanggan untuk melakukan pemilihan pada jenis pilihan alternatif produk beserta jasa yang mampu memberikan pemenuhan pada kebutuhannya serta memegang hak untuk melakukan pemilihan pada keinginan pelanggan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tengah mengalami perkembangannya secara melesit sekarang ini ialah bisnis kuliner. Pertumbuhannya yang kian beragam dalam bisnis kuliner ditemukan pada restoran yang menyajikan beragam jenis konsepnya namun menawarkan produk pada jenis yang tidak berbeda. Bisnis kuliner ialah satu dari sekian banyak bisnis yang melakukan penerapan atas kualitas pelayanan konsumen yang menjadi aspeknya yang mengemban peranan penting untuk menumbuhkan ketertarikan pada konsumen. Dalam bisnis kuliner melakukan penerapan akan kelima aspek kualitas pelayanan konsumen yang meliputi atas bukti fisik yang berwujud desain bangunan yang dijadikan sebagai *look* utamanya guna memancing rasa tertarik konsumen, yang mana bukti fisik tersebut mampu mengundang konsumen agar mengunjunginya.

Pada pemenuhan akan kebutuhan, mereka cenderung untuk memilih melakukan pengkonsumsian pada jajanan kuliner ataupun makanan yang tergolong siap saji. Oleh sebab itulah perusahaan harus menciptakan suatu strategi pemasaran secara kuat supaya mampu membangun kepuasan konsumen. Masyarakat Indonesia juga menjadi makin konsumtif saat melaksanakan transaksi. Suatu kegiatan konsumtif pada pelanggan beserta melakukan pertahanan pada persaingan akan bisnisnya (Kristanto, 2018). Dalam era globalisasi ini jumlah akan produk yang menjalani persaingan di pasar dijadikan sebagai aspek yang menentukan pelanggan dalam melakukan pemilihan akan ragam pilihan alternatif produk beserta jasa yang mampu mencukupi kebutuhan dirinya serta memegang hak guna memiliki apa yang menjadi keinginan pelanggan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang perkembangannya tengah melejit ini satu contohnya ialah bisnis kuliner. Pertumbuhannya yang kian marak dalam bisnis kuliner sering ditemuinya pada restoran yang memiliki beragam jenis konsep namun menawarkan akan produk yang jenisnya tergolong sama (Martiana & Apriani, 2019).

Permasalahan yang timbul di bakmi jawa hj jum yang mana terjadinya kenaikan akan jumlah bakmi serta sengitnya persaingan di industri makanan dan minuman dalam kota bekasi. Dikarenakan makin menjamurnya pertumbuhan usaha bakmi jawa di Bekasi membuat tidak sedikit kedai yang harus menciptakan

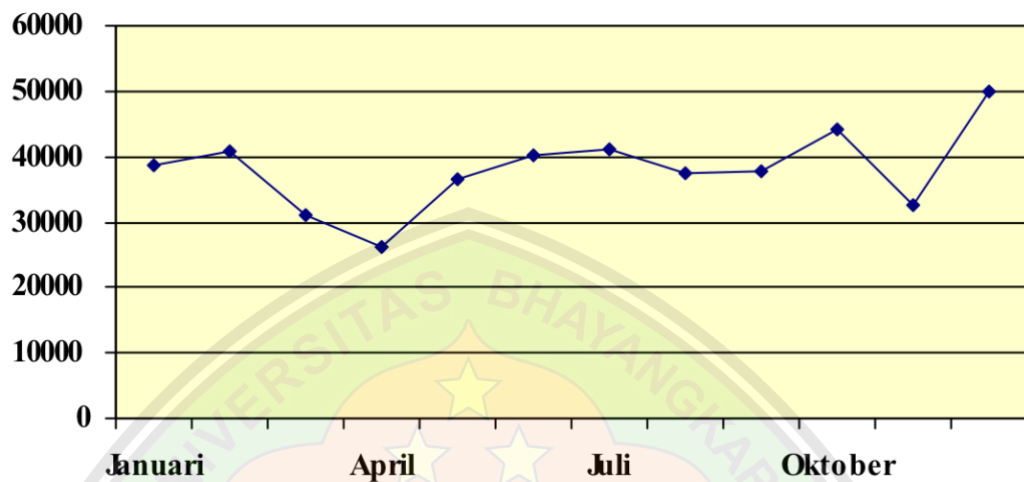
strategi. Strategi pemasaran ialah rangkaian atas tujuan beserta sasaran, kebijakan, pula aturan yang memberikan arahnya untuk berbagai usaha pemasaran perusahaan seiring berjalannya waktu di masing-masing tingkatannya serta acuan berikut pula dengan alokasi, terutamanya berperan menjadi tanggapan perusahaan saat mengatasi lingkungan beserta kondisi persaingan yang terus mengalami perubahannya (Fitriyanto, 2017).

Tabel 1.1 Data Penjualan Bakmi Jawa Hj Jum Tahun 2023

Bulan	Penjualan
Januari	Rp. 38.533.000
Februari	Rp. 40.954.000
Maret	Rp. 31.083.500
April	Rp. 26.329.000
Mei	Rp. 36.564.000
Juni	Rp. 40.127.000
Juli	Rp. 41.102.000
Agustus	Rp. 37.377.500
September	Rp. 37.622.000
Oktober	Rp. 44.286.000
November	Rp. 32.724.000
Desember	Rp. 49.956.000

Sumber: Data Penjualan Bakmi Jawa Hj Jum Periode Januari-Desember

**Gambar 1.1 Grafik Penjualan Bakmi Jawa Hj Jum Periode Januari –
Desember 2023**



Sumber: Data Penjualan Bakmi Jawa Hj Jum Periode Januari-Desember 2023

Target masalah penelitian mencakup: menilai sejauh mana kualitas pelayanan yang ditawarkannya mempengaruhi kepuasan konsumen; mengevaluasi dampak kualitas produk pada kepuasan pelanggan; melakukan pengukuran akan pengaruh harga pada tingkat kepuasan konsumen; serta menentukan area yang memerlukan perbaikan berdasarkan umpan balik konsumen. Selain itu, penelitian ini mengandung tujuannya yakni guna mengembangkan strategi peningkatan kualitas pelayanan, produk, dan harga guna meningkatkan kepuasan konsumen pada keseluruhannya.

Agar mampu terus mempertahankan serta melakukan pengembangan, pengelola akan bisnis yang dengan tema bakmi diberikan tuntutan agar senantiasa

membentuk keunggulanya dalam persaingan akan pelayanan, produk dan harga pada upayanya untuk menumbuhkan rasa puas pada pelanggan serta mengatasi persaingan bisnis itu. Kepuasan pelanggan berguna sebagai penentu akan proses pengembangan keputusan saat melakukan pembeliannya pada satu barang ataupun jasa yang mana individu dengan langsung melibatkan dirinya untuk memakai barang ataupun jasa yang diberikan penawarannya tersebut. (Fitriyanto, 2017).

Kepuasan yakni perasaan yang puas ataupun senang yang dihadapi individu sehabis mendapat produk yang diinginkannya bersama harga serta kualitas secara baik juga layanan yang diperolehnya amat memuaskannya. Melalui pemerhatian akan aspek terkhususnya kepuasan pelanggan, menjadikan timbulnya peluang bagi pelanggan dalam melakukan pembelian secara berulang serta pelaku usaha mendapat untungnya melalui perolehan profit yang terbilang besar. (Kristanto, 2018).

Kualitas pelayanan yakni sebuah wujud akan penilaian dari pelanggan bagi tingkatan pelayanan yang mereka dapatkan sebagai seorang pelanggan, pelayanan secara baik bersamaan dengan harapan agar konsumen memperoleh perasaan yang puas. Beragam jenis akan pelayanan yang mampu ditawarkan contohnya berbentuk kemudahannya, kecepatannya, kemampuannya, serta keramahannya yang diperlihatkan lewat sikap serta tindakannya dengan langsung untuk pelanggan (Mariansyah & Syarif, 2020). Suatu faktor yang menetapkan

keberhasilan dalam bisnis ialah mengamati dalam kualitas yang ada pada produknya. Kualitas produk itu asalnya melalui persepsi yang dimiliki oleh tiap pelanggan berkaitan dengan pembelian produk, terkhususnya orang yang sering menikmati bakmi jawa produk berpengaruh pada rasa tertarik yang dimiliki pelanggan.

Dalam sisi lainnya, guna memberikan tunjangan pada kualitas pelayanan, kualitas produk, aspek lainnya yang juga menjadi pemengaruh atas kepuasan pelanggan yakni harga. Harga juga dijadikan sebagai pengaruh yang krusial untuk laba perusahaan. Harga itu memegang peranan yang paling utama guna membentuk nilai pelanggan serta menciptakan hubungan bersama pelanggan. (Juliadi et al., 2020).

Berdasar kepada penjelasan yang berhasil terpaparkan di atas, peneliti memiliki ketertarikan dalam menjalankan penelitian skripsi melalui judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasar kepada latar belakang masalah beserta pengidentifikasian masalah yang berhasil teruraikan di atas, menjadikan peneliti memperoleh rumusan permasalahan meliputi atas :

1. Apa Kualitas Pelayanan berpengaruh dengan positif pada Kepuasan Pelanggan di Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur?
2. Apa Kualitas Produk berpengaruh dengan positif pada Kepuasan Pelanggan di Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur?
3. Apa Harga berpengaruh dengan positif pada Kepuasan Pelanggan di Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur?
4. Apa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga dengan cara simultan berpengaruhnya dengan positif pada Kepuasan Pelanggan di Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yakni sebuah aspek yang fungsinya ialah guna memberikan jawaban akan perumusan masalah yang terkemukakan. Tujuan penelitian ini ialah :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan di Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk pada Kepuasan Pelanggan di Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga pada Kepuasan Pelanggan di Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur.
4. Untuk Mengetahui Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga

secara simultan berpengaruhnya pada kepuasan pelanggan di Bakmi Jawa

Hj Jum Bekasi Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini memiliki harapannya untuk bisa menyajikan manfaat teruntuk pihak yang berkepentingan yakni :

1. Bagi peneliti

Melalui hasil pada penelitian ini menyimpan harapan untuk dapat memberi tambahan akan wawasan peneliti berkaitan pada materi yang dibahasnya ataupun metode yang dipergunakan untuk meneliti terkhususnya berhubungan dengagn manajemen pemasaran.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini memiliki harapannya agar dapat dipergunakannya dalam memberikan tambahan wawasan pembaca beserta ilmu pengetahuan pada karya ilmiah yang utamanya dalam bidang pemasaran.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memiliki harapannya untuk mampu memberikan bantuan dalam peningkatan nilai perusahaan beserta menyajikan informasi berkaitan pada konsep pemasaran, tekhususnya menjadi penentu akan kepuasan pelanggan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki harapannya agar mampu dipergunakan sebagai tambahan pada referensi mahasiswa guna menjadi bahan penelitian secara lanjutan yang secara membaik kelak.

1.5 Batasan Masalah

Memberikan batasan permasalahan perusahaan agar meminimalisir adanya pembahasan yang terlampau luas yang tak berhubungan pada pokokmasalah yang nanti ditelitinya, meliputi atas :

1. Penelitian ini dijalankan di Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur
2. Objek yang diteliti ialah para konsumen Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur
3. Variabel yang diteliti yakni Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Bakmi Jawa Hj Jum Bekasi Timur.
4. Periode pengambilan data dari konsumen Bakmi Jawa Hj Jum dari bulan Maret 2024 – Mei 2024.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini guna mempermudahnya sewaktu menjalankan penelitian ini, peneliti melakukan pembagiannya pada lima Bab, melalui tahapan

berikut ini :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini peneliti melakukan penguraian akan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan peneliti, manfaat peneliti, batasan masalah beserta juga sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini memberikan penjelasan terkait dengantinjauan pustaka selaras pada teori teori, landasan sertakajian yang dipergunakan untuk dasarsan analisis, tinjauan penelitian terdahulu, beserta kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini memberikan penjelasan yang berkaitan pada desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionaliasi variabel, waktu serta tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Memuat sejarah Mixue dan hasil analisis data dan

pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memuat kesimpulan dan saran dari penelitian

