

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Restoran di kota Gresik telah berkembang pesat, termasuk Restoran Ayam Bakar Pak D menjadi salah satu destinasi kuliner warga Menganti Gresik. Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, terutama persaingan dari bisnis sejenis, semakin memaksa pelaku bisnis untuk bertindak lebih cepat untuk menarik konsumen. Perusahaan yang mengadopsi konsep pemasaran harus memperhatikan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam upaya pemasaran karena produk yang mereka hasilkan. Salah satu cara untuk mencapai tujuan bisnis adalah dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen atau target pasar dan memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efisien dan efektif dibandingkan pesaing (Afifudin, 2016)

Setiap usaha kuliner dalam memasarkan produknya memiliki tujuan untuk mencapai dan tumbuh secara finansial melalui penjualan yang menguntungkan, yang berarti keuntungan dapat meningkatkan dan mengembangkan bisnis. Untuk mewujudkan kepuasan tersebut, pelaku usaha makanan dapat menawarkan hidangan dengan cita rasa yang lezat dengan harga yang wajar. Dalam menjalankan bisnisnya, seorang pemilik bisnis harus dapat menentukan strategi yang akan digunakan untuk menciptakan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan akan terbentuk jika pemasaran dapat memberikan pelayanan yang berkualitas (Permatasari, 2020)

Menurut Kotler & Keller (2012 : 46) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa kecewa. Untuk itu pelaku usaha harus bersaing dengan pelaku usaha sejenis dengan menampilkan produk yang berbeda atau spesifik. Memang harus memiliki karakteristik tersendiri yang mampu memuaskan konsumen sasaran. Banyak pelaku bisnis memenangkan persaingan dengan memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Kepuasan konsumen adalah tingkat persepsi yang dimiliki pelanggan setelah membandingkan apa yang diinginkannya merasa puas dengan harapan konsumen (Arinal, 2021).

Hal lain yang dapat menentukan kepuasan adalah lokasi, lokasi merupakan faktor penentu konsumen dalam membeli dan meningkatkan keuntungan dan bisnis sangat penting dalam menentukan lokasi. Pemilihan lokasi memiliki tujuan strategis karena dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan, untuk membuat produk mudah diakses oleh pelanggan sasaran, lokasi ditentukan saat perusahaan beroperasi (Rafika, 2022).

Promosi adalah alat terpenting untuk memasarkan produk apa pun yang telah dihasilkan perusahaan. Mempromosikan produk adalah penggunaan informasi untuk membujuk sekelompok orang atau organisasi tertentu untuk melakukan sesuatu. Promosi penjualan, yang merupakan jenis periklanan pemasaran yang paling penting, memiliki tujuan penting untuk memberikan

informasi kepada konsumen tentang produk perusahaan. Strategi promosi tunggal yang paling umum adalah mempromosikan penjualan dengan menurunkan harga. Dimana, diskon sering digunakan untuk menarik minat masyarakat karena lebih cepat dan efisien. Dengan adanya program promosi akan sangat membantu produk-produk yang disediakan oleh restoran dan tempat makan, sehingga dengan adanya promosi ini diharapkan masyarakat dapat dengan cepat mengetahui produk makanan apa saja yang sedang di jual beli. Dalam merancang strategi pemasaran, restoran harus fokus pada konsumen, mulai dari menemukan menu hidangan yang diinginkan konsumen, pola dan kebiasaan membeli, menentukan harga berdasarkan daya beli konsumen, dan juga mengidentifikasi promosi (Safrizal, 2015).

Harga merupakan aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk kondisi pasar, kuantitas yang diminta, dan persaingan, yang harus diperhitungkan saat menetapkan harga. Perusahaan harus berpegang teguh pada harga pasar yang ditetapkan oleh pesaing mereka karena jika mereka menyediakan produk atau layanan dengan biaya lebih rendah sambil mempertahankan kualitas yang sama, pelanggan akan beralih dan kehilangan loyalitas (Ulil, 2016).

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat melangsungkan hidupnya. Setiap orang dalam menikmati hidangan atau

makanan, memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan- makanan yang mewah serta mahal, lebih baik memilih makanan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka (Khussnul, 2019).

Restoran Ayam Bakar Pak 'D' menganti Gresik terletak di Jalan Raya Laban Menganti. Setiap warga tentu memiliki kesibukan yang berbeda-beda di setiap harinya, bagi warga yang memiliki kesibukan mulai pagi sampai sore makanan siap santap adalah pilihan utama mereka. Kebiasaan masyarakat dalam mengkonsumsi makanan siap santap ini dipengaruhi oleh gaya hidup yang makin dinamis dikarenakan tuntutan pekerjaan yang semakin tinggi, selain itu mahalnya bahan pangan saat ini membuat warga beralih ke makanan siap santap bahkan sebagian warga menjadikan makanan siap santap sebagai makanan pokok sehari – hari (Widodo, 2013). Fenomena ini menjadi peluang bagi Restoran Ayam Bakar Pak D Menganti Gresik untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pertumbuhan Restoran Ayam Bakar Pak D Menganti Gresik, ingin melayani konsumen dengan penuh perhatian menjadi misi utama di mana kepuasan konsumen adalah tujuan utama ketika memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Faktor lokasi sangat penting salah satunya lahan parkir, restoran ini memiliki tempat parkir yang sempit padahal keberadaan lahan parkir sangat dibutuhkan oleh para konsumen yang datang dengan kendaraan pribadinya. Keberadaan Restoran Ayam Bakar Pak 'D' Menganti Gresik belum banyak diketahui konsumen dari luar Menganti dikarenakan

restoran hanya melakukan promosi dengan menyebar brosur promosi di wilayah Menganti. Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, sudah jelas potensi *digital marketing* melalui pemanfaatan sosial media memiliki peluang lebih besar. *Digital marketing* dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan (Risa, 2019).

**Tabel 1.1 Daftar Menu Restoran Ayam Bakar Pak ‘D’ Menganti Gresik**

No	Daftar Menu	Harga
1	Ayam broiler bakar	Rp. 18.000
2	Ayam kampung bakar	Rp. 27.000
3	Gurami bakar	Rp. 30.000
4	Nasi kotak ayam kampung bakar	Rp. 27.000

Sumber : Restoran Ayam Bakar Pak ‘D’ Menganti Gresik

**Tabel 1.2 Daftar Menu Restoran Ayam Bakar Madu 57 Menganti Gresik**

No	Daftar Menu	Harga
1	Ayam bakar madu	Rp. 22.000
2	Ayam bakar bumbu rujak	Rp. 21.000
3	Ayam bakar rica	Rp. 21.000
4	Ayam bakar large	Rp. 24.000

Sumber : Restoran Ayam Bakar Madu 57 Menganti Gresik

Berdasarkan tabel tersebut terlihat adanya persaingan bisnis Restoran dalam segi perbedaan harga, untuk mempertahankan agar pangsa pasar Restoran Ayam Bakar Pak ‘D’ Menganti Gresik terus meningkat, pihak pengelola restoran harus menerapkan strategi harga jual yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Penetapan harga jual sangat diperhitungkan untuk

konsumen yang akan menjadi sasaran. Ketika seseorang akan melakukan pembelian, hal yang sering diperhatikan adalah harga. Harga yang mahal dengan kualitas produk yang tidak seimbang akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga sering kali dianggap sebagai indikator nilai, bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa yang pada tingkat harga tertentu apabila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Dalam usahanya memasarkan produk perusahaan harus menetapkan harga yang tepat (Ferdinand, 2019)

Semua faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti lokasi, promosi, dan harga belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen, sehingga perlu dievaluasi kembali seberapa besar pengaruhnya terhadap para konsumen. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan fenomena yang ada, peneliti mengambil judul penelitian “Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Bakar Pak D Menganti Gresik”.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Bakar Pak ‘D’ Menganti Gresik?

- b. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Bakar pak 'D' Menganti Gresik?
- c. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Bakar Pak 'D' Menganti Gresik?
- d. Apakah lokasi, promosi, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Bakar Pak 'D' Menganti Gresik?

### **1.3 Batasan masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya berfokus pada kepuasan konsumen, serta variabel independen dari penelitian ini yaitu hanya faktor lokasi ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) yang menjadi tolak ukur terciptanya kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada Restoran Ayam Bakar Pak D Menganti Gresik.
- b. Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Ayam Bakar Pak D Menganti Gresik.
- c. Penelitian ini memiliki lingkup penelitian dengan meneliti sebanyak 100 konsumen Restoran Ayam Bakar Pak D Menganti Gresik.

### **1.4 Tujuan penelitian**

Agar penelitian ini mencapai hasil yang diinginkan, dapat dilakukan dan diarahkan dengan baik dan terarah. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Bakar Pak 'D' Menganti Gresik
- b. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada

Restoran Ayam Bakar Pak 'D' Menganti Gresik

- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Bakar Pak 'D' Menganti Gresik
- d. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan lokasi promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Bakar Pak 'D' Menganti Gresik

### **1.5 Manfaat penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis
  - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan penulis serta berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.
  - 2) Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini adalah dapat memberikan informasi kepada mahasiswa mengenai informasi faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
  - 3) Penelitian ini bermanfaat untuk melatih, meningkatkan, dan mengembangkan kemampuan berpikir ilmiah, dan metodologi penulis dalam menyusun suatu wacana baru dalam memperkaya ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran

b. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini akan memberikan wawasan bagi para manajer dengan minat praktis di bidang manajemen pemasaran, khususnya bagi perusahaan atau pengecer yang menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan konsumen.