

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia khususnya di bidang kuliner semakin menarik perhatian karena dinamikanya yang menarik. Dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat dan perubahan gaya hidup masyarakat, industri makanan dan minuman pun mengalami perubahan besar. Fenomena ini menciptakan lingkungan bisnis bagi usaha kuliner yang penuh tantangan, namun juga peluang. Oleh karena itu tidak mengherankan jika industri kuliner menjadi salah satu bidang yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Persaingan di pasar makanan dan minuman yang semakin ketat menyebabkan perlunya inovasi dan diferensiasi di antara para pelaku industri ini. Setiap rumah makan berusaha untuk menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan basis pelanggannya. Harga dan kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Kualitas produk unggulan dengan harga yang murah dapat menjamin kepuasan pelanggan, dan juga memperkuat citra merek dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Kota Palembang merupakan salah satu kota besar di Indonesia serta menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan bisnis. Pertumbuhan ekonomi yang pesat dan pembangunan infrastruktur menciptakan peluang bisnis yang tiada habisnya di sektor kuliner. Banyak sekali UMKM yang bermunculan di setiap sudut kota, menawarkan beragam pilihan makanan dan minuman untuk memenuhi selera masyarakat yang semakin beragam.

Salah satu makanan yang sangat populer pada saat ini adalah ayam geprek. Ayam Geprek merupakan hidangan yang sederhana namun banyak sekali orang yang menyukainya. Hidangan ini berbahan dasar ayam yang dibaluri dengan tepung lalu di geprek dan dimakan bersama sambal yang pedas dan gurih.

Makanan ini sangat digemari oleh masyarakat Indonesia dari semua kalangan baik dari remaja sampai dewasa. Kelezatan ayam geprek tidak hanya terletak pada rasanya namun juga harganya yang relatif bersahabat dengan kantong para anak muda terutama pelajar.

Salah satu tempat yang menjual ayam geprek adalah Ayam Geprek Abahku. Rumah makan ini merupakan usaha yang tengah berkembang dengan cukup cepat dan disukai pelajar, pekerja dan juga warga sekitar karena harganya yang bersahabat. Namun di balik pesatnya pertumbuhan tersebut terdapat tantangan yang dihadapi para pengusaha kuliner. Mereka harus mampu beradaptasi dengan perubahan pasar, mengikuti tren pelanggan, dan tetap kompetitif dalam persaingan yang semakin kompetitif. Rumah makan dan kafe lebih dari sekedar tempat bersantap, namun juga tempat untuk bersosialisasi, merayakan momen penting dan menikmati pengalaman bersama dengan keluarga dan teman.

Oleh karena itu, pengelola rumah makan perlu fokus tidak hanya pada kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga pada keseluruhan pengalaman yang diberikan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting keberhasilan suatu rumah makan karena pelanggan yang puas akan kembali lagi dan merekomendasikan rumah makan tersebut kepada orang lain.

Harga dan kualitas produk merupakan dua aspek besar yang mempunyai dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di industri restoran. Kualitas produk mencakup segala hal mulai dari bahan yang digunakan, teknik memasak, hingga penyajian visual makanan yang disajikan. Harga di sisi lain, mencakup seberapa sebandingnya antara pengeluaran yang dikeluarkan pelanggan dan hasil yang didapatnya. Kedua aspek ini berkaitan dan sangat berpengaruh terhadap kepuasan para pelanggan.

Tujuan perusahaan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui produk yang berkualitas. Oleh karena itu kualitas produk merupakan hal yang harus dipertahankan perusahaan, karena kualitas produk yang baik dapat membentuk kepuasan pelanggan. Menurut Daryanto dan Satyobudi (2014),

kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang yang diberikan pada pelanggan dalam proses penyerahan jasa, kualitas produk atau jasa, persepsi atau harga, serta faktor situasional dan personal. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kualitas yang dimiliki suatu produk mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dilain sisi dengan harga yang relative murah dan kualitas produk yang baik di dalam suatu bisnis, dapat menciptakan kepuasan dari pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diterimanya, pelanggan akan membandingkannya dengan usaha yang lain dan sangat mungkin bagi mereka untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu para pelaku usaha harus memikirkan pentingnya harga dan kualitas produk yang akan dijual supaya pelanggan tertarik untuk membeli ulang.

Berikut adalah tabel total pengunjung di rumah makan Ayam Geprek Abahku:

Tabel 1. 1
Jumlah pengunjung Ayam Geprek Abahku
Tahun 2021 s.d 2023

No	Tahun	Jumlah Pengunjung (orang)
1	2021	6.570
2	2022	7.300
3	2023	8.395
Total Pengunjung		22.265

Sumber: Ayam Geprek Abahku,2024

Oleh karena itu penting bagi pengusaha kuliner untuk memahami hubungan antara harga dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Dengan demikian laporan ini akan menganalisis secara mendalam pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Ayam Geprek Abahku. Dengan alasan di atas penulis mengambil judul **“Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Abahku”** Laporan ini diharapkan akan memberikan wawasan yang berharga bagi para pemilik bisnis dan

pengelola rumah makan dalam mengoptimalkan operasi mereka dan meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan industri kuliner di Indonesia, serta konteks yang lebih luas dan dunia usaha pada umumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengidentifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Apakah ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Geprek Abahku?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah dalam membuat laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari rumusan masalah, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan permasalahan yang ada. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas oleh penulis yaitu pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Geprek Abahku

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Geprek Abahku.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Geprek Abahku
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Geprek Abahku

1.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Ayam Geprek Abahku, serta dapat menjadikan bahan acuan di bidang penelitian yang sejenis.

b. Bagi Perusahaan

Bagi usaha Ayam Geprek Abahku, penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk supaya dapat memenuhi kepuasan para konsumen.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran, tentang masalah-masalah yang diteliti dan sebagai sumber referensi bagi para pembaca dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah bingkai penelitian, yang menggambarkan batas penelitian, mempersempit permasalahan dan membatasi area penelitian ini supaya lebih terarah dengan tepat dan mengatasi terjadinya penyimpangan pada penyusunan laporan ini, maka harus ada batasan yang jelas dalam ruang lingkup penelitian yaitu mengenai Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Ayam Geprek Abahku.

1.5.2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan

b. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh penulis dalam laporan akhir ini adalah:

1. Data Primer

Data penelitian ini dikumpulkan penulis secara langsung melalui data yang didapat dari kuesioner yang dibagikan melalui google form

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan oleh penulis melalui studi literatur, yaitu penelusuran literatur mengenai dasar pengetahuan tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode ini dilakukan dengan cara mencari buku, dan artikel-artikel yang berkaitan

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan guna mendukung pelaksanaan penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Penulis melakukan tanya jawab secara langsung dengan beberapa pihak untuk mendapatkan informasi yang akurat. Pihak – pihak tersebut adalah owner dan staff yang ada di Ayam Geprek Abahku.

2. Observasi

Jenis observasi yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah observasi langsung dan observasi terhadap perilaku dan lingkungan sosial yang ada dengan cara participian observatioan. Melalui cara ini penulis mengamati perilaku pelanggan

3. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dan infoormasi secara teoritis dan mempelajari sumber-sumber tertulis berupa buku-buku literatur yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya

1.5.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk Ayam Geprek Abahku yaitu 22.265, dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling. Menurut Sugiyono (2017), non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya sampel diambil dengan menggunakan jenis convenience sampling.

Menurut teori Gay dan Airasian dalam blog Padangsimpuan (2019), Gay dan Airasian membuat acuan dalam penentuan jumlah sampel yaitu (1) jenis penelitian deskriptif menggunakan 10 - 20% dari populasi; (2) jenis penelitian korelasi 30 orang; (3) Eksperimental & Kausal komparatif 30 orang per kelompok. Penelitian ini mengambil sampel dari total populasi konsumen pada tahun 2021 - 2023 dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan sampel yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana: n = ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir.

(Tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Ukuran populasi yaitu 22.265 konsumen dengan asumsi Tingkat kesalahan (e) = 10% maka jumlah sampel (n) adalah:

$$= \frac{22.265}{1 + (22.265 \cdot 0,1^2)}$$

$$= \frac{22.265}{1 + (22.265 \cdot 0,01)}$$

$$= \frac{22.265}{1 + 223,65}$$

$$= \frac{22.265}{223,65}$$

$$= 99,55$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka hasil pembulatan sampel dalam perhitungan diatas adalah sebanyak 100 responden

1.5.5 Analisa Data

1.5.5.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019) uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa sah atau seberapa valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Tujuan uji validitas yaitu untuk mengetahui sejauh mana ketepatan

antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2019) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (konsisten). Tujuan dari uji reliabilitas untuk melihat apakah kuisioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuisioner tersebut dilakukan secara berulang. Suatu instrument dikatakan reliable jika nilai cronbach' alpha sebih besar dari 0,6.

1.5.5.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018:159) uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisa regresi linier berganda yang berbasis ordinary lest square. Dalam OLS hanya terdapat satu variabel dependen, sedangkan dalam variabel independen berjumlah lebih dari satu. Untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik, diantaranya uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskodastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas pada program Econometric views (Eviews) menggunakan cara uji Jarque-Bera. Jarque-Bera yaitu uji statistik untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Uji ini digunakan untuk mengukur skewness dan kurtosis data dan dibandingkan dengan apabila data bersifat normal (Winarno, 2015)

2. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel indepeden

(bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat besaran nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan juga nilai Tolerance. Tolerance mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen 13 lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yaitu adalah nilai VIF $< 10,00$ dan nilai Tolerance $> 0,10$ (Ghozali, 2018:107).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variace dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018:120). Pengujian heteroskedastisitas dapat dengan melihat grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelomban, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik meyebar di atas dan dibawah angka 0, pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:137).

1.5.5.3 Uji Hipotesis

Dalam hal ini, perkiraan yang dibuat terhadap hubungan antara variabel dapat benar atau salah. Suatu uji hipotesis (hypothesis test) adalah suatu “metode statistik yang menggunakan data sampel untuk mengevaluasi hipotesis mengenai populasi.

1. Hipotesis nol

Hipotesis Nol / Statistik (biasanya disingkat H_0), yaitu dugaan sebaliknya dari hipotesis alternatif dan berupa pernyataan yang menyatakan tidak terdapat hubungan / pengaruh dan sebagainya.

2. Hipotesis Alternatif

Hipotesis Alternatif (H_a) adalah pernyataan yang sama dengan parameter populasi yang sama dengan yang digunakan dalam hipotesis nol. Biasanya hipotesis ini merupakan pernyataan yang menyatakan bahwa parameter populasi tersebut memiliki nilai yang berbeda dari pernyataan yang telah disebutkan dalam

Uji hipotesis dalam ini ada tiga tahap yaitu, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan uji determinasi (R^2) sebagai berikut:

1. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Priyatno (2017), mengemukakan bahwa uji t adalah uji koefisien regresi secara parsial yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Signifikansi yang digunakan dalam uji t ini sebesar 0,05. Selanjutnya terdapat kriteria berbeda yang digunakan, 1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Wiratna dalam Tarigan (2018), model regresi secara simultan diuji dengan melihat signifikansi (sig) di mana jika nilai sig kurang dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selanjutnya terdapat kriteria berbeda yang

- diunakan, 1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018) Uji koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauh model dapat menerangkan variasi dari variabel yang independent. Nilai yang dipakai dalam sebuah koefisien determinasi adalah seberapa besar nol hingga satu. Jika nilai R^2 yang kecil, artinya kemampuan dari variasi variabel independent dalam menjalankan semua variasi variabel sangatlah terbatas. Oleh karena itu, jika koefisien mendekati satu, maka variabel independent memberikan informasi yang mendekati sempurna dimana informasi tersebut adalah yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

1.5.5.4 Analisis Regresi linear berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2017:275) persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

α = Koefisien konstanta

$\beta_1 X_1$ = Koefisien regresi harga

$\beta_2 X_2$ = Koefisien regresi Kualitas Produk