

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Ekonomi Indonesia merupakan salah satu dari kekuatan ekonomi berkembang utama dunia yang terbesar di Asia Tenggara dan terbesar di Asia ketiga setelah China dan India. Ekonomi negara ini menempatkan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi terbesar ke-16 dunia yang artinya Indonesia juga merupakan anggota G-20. Setelah mengalami gejolak politik dan sosial yang hebat pada pertengahan 1960an di bawah Presiden Soekarno, Indonesia yang dipimpin oleh Presiden Soeharto segera melakukan restrukturisasi tata kelola fiskal yang tercerai berai akibat berbagai kebijakan ekonomi yang memberatkan perimbangan neraca APBN yang ada dengan berbagai cara mengadakan renegotiasi terkait pembayaran utang jatuh tempo hingga meminta IMF untuk mengasistensi pengelolaan fiskal Indonesia. Ekonomi Indonesia yang ditopang dari kegiatan industri, bisnis, dan perdagangan berbasis ekspor mampu menciptakan stabilitas politik, sosial, dan pertahanan-keamanan yang menjadi fondasi ekonomi yang kuat.

Usaha kecil dan menengah yang berperan penting dalam keberhasilan perekonomian antara lain usaha jasa, usaha kreatif, dan usaha pengolahan pangan. Usaha bidang jasa merupakan sebuah bisnis yang menggunakan tenaga, ilmu dan juga keahlian dalam bidang tertentu, yang mana Anda akan di bayar sesuai dengan jasa yang telah diberikan, contoh usaha jasa misalnya *wedding organizer*. Kemudian usaha kreatif adalah keterampilan serta bakat individu atau kelompok untuk menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta, contohnya kerajinan tangan, songket tenun, dll. Dan yang terakhir yaitu usaha pengolahan pangan, usaha ini bergerak dibidang kuliner contohnya kuliner sate.

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang termasuk kedalam bisnis tingkat ketiga yaitu Strategi Fungsional berfokus pada tingkat

pemasaran, produksi, dan keuangan. Potensi keuntungan yang tinggi menjadikan banyak masyarakat terjun untuk menjadikan bisnis kuliner menjadi pilihan bisnis bagi mereka, baik itu bisnis *online* maupun *offline* tergantung kepada target pasar yang dituju dan sumber daya yang dimiliki. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang tertarik untuk membeli produk tersebut.

Salah satu kuliner makanan yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah kuliner sate. Sate adalah hidangan yang sangat populer di Indonesia dengan berbagai suku bangsa dan tradisi memasak telah menghasilkan berbagai jenis sate. Di Indonesia, sate dapat diperoleh dari pedagang sate keliling, pedagang kaki lima, warung tepi jalan, hingga di restoran kelas atas, serta kerap disajikan dalam pesta dan kenduri. Resep dan cara pembuatan sate beraneka ragam bergantung variasi dan resep masing-masing daerah. Salah satunya yaitu Sate Madura, Sate Madura biasanya terbuat dari daging ayam dan kambing yang ditusuk dengan lidi, bumbu sate madura terbuat dari campuran kacang yang ditumbuk halus dan sedikit bawang merah. Bumbu kecap juga menjadi salah satu khas dari Pamekasan yang cukup nikmat untuk disantap, cara memasak Sate Madura yaitu dengan api dari batok kelapa yang dihanguskan terlebih dahulu yang disebut dengan arang batok kelapa.

Adapun warung sate yang berdiri sejak tahun 1998 berada di daerah Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir, warung sate tersebut memiliki nama Warung Sate Suramadu dengan pemilik asli orang dari kota Madura. Warung sate tersebut memiliki banyak varian menu yaitu sate ayam, sate kambing, soto babat, tongseng, dan ayam bakar. Warung Sate Suramadu selalu menggunakan bahan-bahan yang segar setiap harinya seperti daging ayam, daging kambing, dan bumbu-bumbu yang digunakan juga selalu diganti setiap hari. Tampilan atau kemasan yang digunakan warung sate ini terbuat dari daun pisang dan koran sesuai dengan ciri khas sate Madura, selain itu lontongnya juga terbuat dari beras pilihan dan juga menggunakan daun pisang. Rasa pada setiap menu yang ada pada warung sate ini juga tidak pernah berubah karena Ibu Eni selalu memasak menggunakan takaran sendiri tanpa campur tangan karyawannya karena Ibu Eni memakai bahan-bahan rahasia yang menjadi ciri khas masakan

madura di Warung Sate Suramadu.

Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017:196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Kepuasan konsumen menjadi komponen penting bagi pemilik Warung Sate Suramadu karena akan berdampak pada peningkatan penjualan. Apabila konsumen merasa puas dengan produk tersebut maka penjualan akan meningkat, begitu juga sebaliknya jika konsumen tidak merasa puas maka akan berdampak negatif dengan penjualan warung sate Suramadu.

**Tabel 1.1**

**Daftar Omset Penjualan**

**Warung Sate Suramadu Tanjung Raja Periode 2017 - 2019**

No	Tahun	Jumlah Omset
1	2017	Rp 469.000.000
2	2018	Rp 540.000.000
3	2019	Rp 600.000.000

*Sumber: Warung Sate Suramadu (2019)*

Jumlah omset penjualan Warung Sate Suramadu pada tahun 2017 sebesar Rp 469.000.000, selanjutnya pada tahun 2018 omsetnya meningkat sebesar Rp 540.000.000, dan pada 2019 omset penjualan warung sate ini juga mengalami peningkatan sebesar Rp 600.000.000..

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas penulis membuat judul tentang **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Sate Suramadu Tanjung Raja”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam hal ini penulis merumuskan sebuah masalah, yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warung Sate Suramadu?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan

konsumen pada Warung Sate Suramadu?

3. Variabel mana yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Sate Suramadu?

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Luasnya permasalahan yang ada dalam kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Sate Suramadu Tanjung Raja, maka penulis akan membatasi permasalahan agar tidak menyimpang dari yang akan dibahas. Maka ruang lingkup pembahasan yang terfokus adalah kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Sate Suramadu Tanjung Raja.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warung Sate Suramadu.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Sate Suramadu
3. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Sate Suramadu.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulisan ini adalah:

##### **1. Bagi Penulis**

Menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran produk dan pengembangan ilmu pengetahuan teori-teori yang telah diperoleh dibangku perkuliahan. Melatih untuk berfikir kritis dalam menghadapi suatu permasalahan.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Dapat menjadi masukan positif bagi perusahaan yang terlibat untuk memperhatikan suatu perilaku konsumen dalam mencapai tujuan

perusahaan yang diharapkan dan dapat memenuhi pemasaran yang ada.

### 3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong semua penelitian lain lebih lanjut. Agar dapat bermanfaat dan sebagai bahan referensi serta perbandingan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

## 1.5 Metode Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian laporan akhir ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu pada Warung Sate Suramadu Jalan Merdeka No. 002 Tanjung Raja

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis sumber data yang penulis gunakan dalam pembuatan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang belum tersedia dan digali sendiri oleh penulis dengan cara observasi dan kuesioner mengenai kepuasan konsumen terhadap kepuasan produk.

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder Merupakan data yang diperoleh dari lembaga pengumpul data yang kemudian mempublikasikannya kepada masyarakat yang akan menjadi pengguna data tersebut. Data penulis peroleh dari beberapa sumber informasi seperti buku dan internet.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:224), teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam

penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

## **1. Riset Lapangan**

### **a. Observasi**

Observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan (Sugiyono, 2016:234).

Berdasarkan pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa metode observasi adalah data yang akan terkumpul dari observasi berupa informasi yang didapat melalui pengamatan serta pemahaman penulis ketika melihat secara langsung kegiatan yang dilakukan di tempat kerja.

### **b. Kuesioner**

Kuesioner merupakan alat pengumpul data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara, dengan menggunakan kuesioner peneliti dapat menghubungi responden-responden yang kadang sulit dijumpai. Dalam teknik ini, penulis membagikan kuesioner kepada responden terkait hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Warung Sate Suramadu.

## **2. Riset Pustaka**

Riset Pustaka yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku dan sumber-sumber kepustakaan lain yang berhubungan dengan penelitian yang akan dijadikan sebagai dasar penulisan laporan akhir ini.

### **1.5.4 Metode Analisis Data**

Pada analisis ini penulis menggunakan analisis data yaitu penelitian kuantitatif deskriptif yang bersifat eksploratif yaitu bertujuan untuk memahami kondisi dan pemikiran masyarakat pada umumnya. Diawali dengan penelitian kuantitatif, data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), data kuantitatif ini lah yang akan diklasifikasi dan dijadikan data kuantitatif sebagai informasi.

Adapun pemaparan mengenai Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisis Kualitatif

Metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2015:13).

b. Analisis Kuantitatif

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2015).

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. sedangkan Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

2. Uji T

Menurut Gozhali (2016:97) “Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.”

3. Uji F

Menurut Ghazali (2016:98) uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

4. Uji Korelasi dan Determinasi

Koefisien determinasi adalah sebuah koefisien yang memperlihatkan besarnya variasi yang ditimbulkan oleh variabel bebas (predictor) atau besarnya kontribusi (pengaruh) yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dengan persentase. (Wulandari, 2018).

#### 5. Regresi Berganda

Menurut Yusi dan Idris (2009:135) “Dalam regresi berganda terdapat satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas yang mempengaruhinya.”. Hal ini untuk menunjukkan hubungan antara variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) terhadap variabel tetap ( $Y$ ), model persamaan penelitian adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan Konsumen

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = Koefisien Regresi

$e$  = Error Term

$X_1$  = Kesegaran

$X_2$  = Tampilan

$X_3$  = Rasa

$X_4$  = Inovasi

##### a. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015:93), Skala Likert merupakan alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penggunaan skala likert membuat variable yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi subvariabel yang kemudian dijabarkan menjadi insikator-indikator yang dapat diukur (Sudaryono, 2017:190). Adapun Skala Likert yang digunakan pada tabeli 2 adalah.

**Tabel 1.2**

### Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber :*

*Rangkuti (2017:66)*

#### 1.5.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional adalah semacam petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel.

**Tabel 1.3**

#### Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Sumber
----------	-----------	------	--------

<b>X</b>	1. Kesegaran ( <i>Freshness</i> ) X <sub>1</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tekstur</li> <li>- Aroma</li> <li>- Rasa</li> <li>- Fresh</li> <li>- Bahan</li> </ul>	Shaharudin, Mansor, dan Elias (2011)
	2. Penampilan ( <i>Presentatio</i> <i>n</i> ) X <sub>2</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappi</li> <li>- Bersih</li> <li>- Menarik/Menggugah Selera</li> <li>- Warna</li> <li>- Tekstur</li> </ul>	
	3. Rasa ( <i>Taste</i> ) X <sub>3</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappi</li> <li>- Bersih</li> <li>- Menarik/Menggugah Selera</li> <li>- Warna</li> <li>- Tekstur</li> </ul>	
	4. Inovasi ( <i>Innovative</i> ) X <sub>4</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modifikasi</li> <li>- Meningkatkan Kualitas</li> <li>- Memiliki Perbedaan</li> <li>- Rasa yang nikmat</li> <li>- Produk baru</li> </ul>	
<b>Y</b>	1. Kepuasan Konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fitur Produk dan Jasa</li> <li>- Emosi Konsumen</li> <li>- Pengaruh Kesuksesan atau Kegagalan Layanan</li> <li>- Persepsi Tentang Persamaan atau Keadilan</li> <li>- Konsumen Lainnya Anggota Keluarga atau Rekan Kerja</li> </ul>	Zeithaml dan Bitner (2012)

### 1.5.6 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:148), Populasi adalah wilayah generalisasi

yang terdiri atas obyek/suyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sekaran dalam Widodo (2017: 69) pengertian populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Warung Sate Suramadu yang ada di Kecamatan Tanjung Raja.

#### **b. Sampel**

Menurut Sugiyono (2016 : 118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*.

Menurut Sugiyono (2016;124), *Sampling Asidental/Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam permodelan adalah minimum berjumlah 100 dan selanjutnya menggunakan perbandingan 5 observasi untuk setiap estimated parameter (Ferdinand, 2014 : 109). Pada penelitian ini menggunakan 25 estimated parameter (indikator) sehingga jumlah sampel yang digunakan yaitu  $5 \times 25 = 125$  sampel.

Dimana:

Variabel X : Variabel yang mempengaruhi yaitu

$X_1$  : *freshness* (kesegaran)

$X_2$  : *presentati* (tampilan)

$X_3$  : *taste* (rasa)

$X_4$  : *innovative food* (inovasi makanan)

Variabel Y: Variabel yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Hasil yang didapat adalah: 25 Indikator  $\times 5 = 125$  Responden.

Sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu sebanyak 125 orang pelanggan Warung Sate Suramadu.

