

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini perusahaan-perusahaan sedang berada dalam persaingan global dalam lingkungan bisnis. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai kesuksesan dalam persaingan adalah selalu berusaha. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan harganya lebih murah, cita rasa yang sangat khas dan enak, sering mempromosikan produk barunya kepada pelanggan dan merayu pelanggannya untuk mencoba membelinya, dan memberikan pelayanan yang baik dan cepat dari pada pesaingnya agar pelanggan merasa puas. Apabila yang terjadi sebaliknya harganya mahal, cita rasa makanannya tidak enak, promosinya tidak bisa dimengerti dan kurang menarik pelanggan, dan pelayanannya kurang baik atau lama akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Sehingga pelanggan akan lebih memilih untuk membeli ketempat pesaing. Hal ini akan menjadi suatu masalah dalam perusahaan karena penjualan akan menurun dan pendapatan laba juga akan menurun menurut Supranto (2011:2).

Perasaan puas yang dirasakan pelanggan tercipta setelah menerima pelayanan yang diberikan kepadanya pada saat membeli. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan seringnya ia berkunjung dan membelinya kembali. Dari rasa kepuasan pelanggan dapat membuka peluang bagi perusahaan untuk mengeluarkan produk baru dan lebih meningkatkan lagi dalam pelayanannya kepada pelanggan.

Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan akan mempunyai nilai tambah bagi konsumennya sendiri dibandingkan dengan para pesaingnya. Pancious merupakan restoran cepat saji yang mengambil konsep western food yang menawarkan pancake dan waffle sebagai menu andalannya. Di restoran Pancious PIM 2 ini lebih fokus menjual produk pancakenya dibandingkan menu-menu lainnya. Karena semua orang lebih mengenal restoran ini sebagai rumah Pancake dan ini juga sebagai identitas perusahaan. Selain Pancake juga ada Waffel untuk adonannya tetap sama namun dalam bentuk Waffel. Restoran ini menyediakan dua macam rasa untuk Pancake dan Waffelnya yaitu rasa manis dan asin. Apabila konsumen menginginkan Pancake/Waffel yang rasa manis ada dua macam pilihannya mau Pancake yang original atau coklat, untuk toppingnya konsumen bisa memilih sesuai dengan selera. Dan apabila konsumen memilih Pancake/Waffel yang asin, untuk toppingnya bisa memilih sesuai dengan selera masing-masing.

Selain Pancake dan Waffle ada Crapscake yaitu yang berbentuk segitiga layer cake yang setiap lapisnya dilapisi oleh cream dan penyajiannya dalam keadaan dingin tidak bisa dalam keadaan panas. Tidak hanya Pancake, Waffle dan Crapscake, Pancious juga menjual beberapa menu Western diantaranya : Salad, Pasta, Salad, Pasta, Rissoto, Hamburger serta steak yang tidak kalah enakannya. Selain menjual makanan dan minuman, tempatnya pun sangat nyaman untuk dikunjungi dan bersantai dengan interiornya yang bergaya contemporer dengan sedikit sentuhan alam dan dengan di desain classic yang menonjolkan kayu, besi dan kabel yang menjulur.

Sedangkan untuk restoran-restoran pesaing tidak memiliki keunikan menu-menu tersebut dan jika ada belum tentu cita rasanya sama. Karena restoran pesaing juga memiliki menu andalan sendiri-sendiri seperti Shushi Groove makanan khasnya Shushi, Din Tai Fung makanan khasnya Xiao Long Bao dan Bakerzin menu andalannya Waffle. Karena dilihat dari para pesaing dan permintaan dari pelanggan sehingga perusahaan mendapatkan peluang untuk menjual menu lainnya yang sampai sekarang masih diminati oleh pelanggan. Apabila konsumen ingin mencari menu-menu yang berbahan dasar nasi tidak akan ditemukan di restoran Pancious ini. Karena di restoran ini hanya menjual makanan-makanan Barat. Seperti pasta, Humberger, Steak dll. Sedangkan restoran pesaing banyak yang menjual makanan Asia.

Jadi restoran Pancious PIM 2 menjadi restoran satu-satunya yang tidak menjual makanan berbahan nasi. Sehingga pelanggan hanya bisa menikmati makanan-makanan ringan saja. Restoran Pancious PIM 2 memiliki Enam Outlate yang ada di Jakarta yaitu Pondok Indah Mall 2, Senayan City, Mall Taman Angrek, Grand Indonesia, Mall Kelapa Gading dan Summarecon Mall Serpong. Jadi para pelanggan tidak usah khawatir untuk pergi jauh-jauh ke Pondok Indah Mall 2 untuk menikmati menu-menu makanan Pancious, karena sudah banyak outlatenya sehingga lebih memudahkan para pelanggan untuk menikmati makanan restoran Pancious yang dekat dengan rumah dan kantor pelanggan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (1995:2013) Harga adalah faktor positioning kunci dan harus diputuskan dalam hubungannya dengan pasar sasaran, bauran pilihan produk dan jasa, dan persaingan. Sedangkan menurut Philip dan Duncan diterjemahkan oleh M.Mursid (2010:26) Harga adalah menyangkut penetapan harga jual barang yang sesuai dengan kualitas barang dan dapat dijangkau oleh konsumen.

Dari uraian diatas dapat saya simpulkan Harga sangatlah penting untuk menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan dan dapat mempengaruhi daya beli konsumen untuk membelinya. Harga yang mahal belum tentu memiliki kualitas prodak yang bagus dan memuaskan, maka

harga yang rendah belum tentu juga memiliki kualitas barang yang tidak bagus.

Harga juga dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk. Karena biasanya konsumen jika ingin membeli sesuatu pasti melihat dari harga dan untuk menarik pelanggan supaya mau mencoba dan membeli produk yang ditawarkan banyak diskon menarik yang ditawarkan kepada konsumen, seperti contoh : beli satu gratis satu dan potongan harga pakai kartu kredit yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013:219) Promosi adalah bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau pedagang.

Sedangkan Menurut W.J.Stanton diterjemahkan oleh Mursid (2010:26) Promosi adalah menyangkut pemilihan kebijaksanaan promosi yang tepat, sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan.

Dari uraian diatas dapat saya simpulkan Promosi sangat penting sekali pada saat ada produk baru dari perusahaan tersebut dan untuk membujuk para konsumen untuk membelinya. Selain itu promosi juga dilakukan untuk

mengingatkan kepada konsumen dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Promosi adalah salah satu alat untuk memperkenalkan suatu produk yang akan ditawarkan ke konsumen supaya konsumen mengenal produk perusahaan tersebut dan bagaimana caranya pada saat promosi dapat merayu atau membujuk pelanggan untuk mencobanya dan kemudian membelinya. Biasanya promosi ini dilakukan melalui internet, brosur, mulut ke mulut dsb.

Menurut Drummond KE & Brefere LM (2010) dalam Darlina, dkk (2013) Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampilan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Sedangkan menurut Bondan Winaryo (2013:8) Cita Rasa adalah ciri khas makanan.

Dari uraian diatas dapat saya simpulkan Cita Rasa keunikan rasa yang ada pada makanan dan akan memberikan suatu kualitas tersendiri dari makanan tersebut.

Cita Rasa sangat mempengaruhi selera konsumen pada saat ia ingin membeli dan makan. Cita rasa yang ditawarkan di restoran ini berbagai macam rasa dan pancakenya memiliki tekstur yang sangat lembut. Bahan-bahan yang digunakannya pun fress tanpa ada bahan pengawet. Sehingga banyak konsumen yang berdatangan untuk membelinya.

Menurut Wyckof (Lovelock,1988) dalam Lina Anatan (2008) pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Zeithaml, Berry, Parasuraman (Gotleb, dkk., 1994) dalam Lina Anatan (2008) mendefinisikan pelayanan yaitu pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global mengenai superioritas pelayanan.

Dari uraian diatas dapat saya simpulkan Pelayanan sangatlah penting dilakukan dengan baik dan sempurna karena dapat memenuhi harapan pelanggan. Disini juga sangat diharapkan pelanggan dapat merasa puas dan ada niat untuk berkunjung kembali.

Pelayanan juga sangat menentukan dalam memuaskan pelanggan dan menarik pelanggan agar mau berkunjung kembali. Dalam pelayanan di restoran ini sangat ramah dan murah senyum ketika memberi salam kepada pelanggan yang baru datang dan ketika pulang. Kecekatanya dalam melayani pada saat order, menyiapkan makanan yang dipesan oleh pelanggan sangat baik.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013:410) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan seseorang tentang rasa senang atau kecewa karena membandingkan kinerja anggapan produk atau hasil dalam hubungannya dengan ekspektasinya.

Sedangkan menurut Aanderson, E.W. and Fornell, C (1994) dalam Lina Ananta Kepuasan Pelanggan adalah sangat tergantung pada kinerja dan harapan pelanggan.

Dari uraian diatas dapat saya simpulkan kepuasan pelanggan dapat diperoleh berdasarkan pelayanan yang dilakukan dan kemudian dirasakan oleh konsumen sehingga konsumen merasakan kepuasan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan sangatlah penting dan harus diutamakan karena juga dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Apabila pelanggan merasa puas pasti akan berkunjung kembali dikemudian hari dan itu akan menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan.

Kepuasan pelanggan dapat diukur dari berbagai faktor yaitu : Berdasarkan harga yang ditawarkan kepada pelanggan dan cita rasa produk yang diberikan kepada pelanggan dan kemudian dirasakan oleh pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan produk perusahaan tersebut. Dan faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Pelayanan dan Promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Pelayanan yang dimaksud disini yaitu pelayanan yang ramah tamah, cekatan, selalu membantu dan memberikan apa yang konsumen butuhkan dsb. Sedangkan Promosi yang dapat memuaskan pelanggan yaitu dengan cara memberikan penjelasan yang sejelas-jelasnya tentang produk yang ditawarkan, misalnya

beli satu gratis satu, khusus yang memiliki kartu kredit BCA mendapatkan potongan harga dsb.

Dari hasil penelitian Nadia Rizqiyatul Faizah dkk (2013) yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Cream Cabang Jati Semarang. Dapat disimpulkan variabel Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Secara simultan variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian Resty A dkk (2013) yang berjudul strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Mc.Donald's Manado dapat disimpulkan bahwa Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada restoran cepat saji Mc.Donald's Manado, dengan demikian hipotesis di tolak.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melaporkan hasil penelitian dengan judul “ PENGARUH HARGA, PROMOSI, CITA RASA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN PANCIOUS PONDOK INDAH MALL 2 “.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan secara singkat, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan restoran Pancious Pondok Indah Mall 2?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan restoran Pancious Pondok Indah Mall 2?
3. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan restoran Pancious Pondok Indah Mall 2?
4. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan restoran Pancious Pondok Indah Mall 2?
5. Apakah Harga , Promosi, Cita Rasa dan Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

A. Tujuan Penulisan

Adanya tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan restoran pancious PIM 2.

2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan restoran pancious PIM 2.
3. Untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan restoran pancious PIM 2.
4. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan restoran pancious PIM 2.
5. Untuk mengetahui analisis pengaruh Harga, Promosi, Cita rasa dan Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan restoran Pancious PIM 2.

B. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Satya Negara Indonesia.

2. Bagi Lembaga Pendidikan Universitas Satya Negara Indonesia

Dapat menjadi bahan kajian informasi yang berguna bagi pihak – pihak yang berminat serta membutuhkan informasi tentang pengaruh harga, promosi, cita rasa, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Pancious PIM 2 untuk bahan penelitian selanjutnya.