

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Topik penelitian ini mengenai pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian yang menjadi peluang bagi pengusaha kuliner. Keputusan pembelian konsumen adalah suatu metode pembelian dengan memperhatikan tindakan konsumen dalam pengambilan keputusan (Tanady & Fuad, 2020). Berbagai macam pilihan menu dan restoran yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Apabila suatu restoran tutup, konsumen memiliki opsi alternatif membeli produk lain. Menurut hasil penelitian Latifah et al (2020) mengklaim bahwa kepuasan konsumen ialah hal penting dalam bidang pemasaran karena apabila konsumen puas, maka akan menjadi konsumen yang setia, kemudian akan terjadi peningkatan laba perusahaan.

Pendidikan merupakan langkah awal bagi manusia untuk mempelajari hal dasar dalam kehidupan sejak dini seperti mempelajari tata krama supaya dapat memahami untuk memanusiakan manusia (Sujana, 2019). Pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen selektif dalam memilih menu makanan. Digitalisasi yaitu peningkatan ketersediaan data digital yang disebabkan kemajuan teknologi dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, dan menganalisis data digital, dan memiliki potensi untuk menyusun, membentuk, dan mempengaruhi dunia kontemporer (Yasya & Nurhaliza, 2021). Perkembangan

digitalisasi dapat dibuktikan dengan peningkatan pemesanan makanan secara *online* yang dapat menjangkau konsumen lebih luas.

Pemasaran adalah salah satu faktor penting dalam berbisnis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bauran pemasaran sebagai salah satu variabel independen. Bauran pemasaran merupakan alat sekaligus strategi sebuah perusahaan untuk meningkatkan laba serta mencapai tujuan dengan mempertimbangkan produk, harga, lokasi, dan promosi (Mamonto et al., 2021). Dengan pertimbangan harga, produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan promosi peneliti memperkirakan mampu meningkatkan laba perusahaan.

Harga adalah ketetapan jumlah biaya dalam pemasaran sebuah produk (Musyawarah, 2020). Harga yang ditawarkan harus tepat sasaran pasar dalam menjangkau konsumen baik dari kalangan bawah, menengah, atau ke atas. Harga makanan yang ditawarkan pada aplikasi *online* sudah tertera dengan jelas dibandingkan dengan beberapa restoran yang hanya mencantumkan menu tanpa harga. Kemudian, ada faktor lokasi berupa tempat yang nyaman dan bersih yang mampu menarik keputusan pembelian konsumen. Gagasan dari Fadhilah et al. (2022) lokasi adalah tempat yang digunakan untuk melakukan aktivitas produksi sebuah perusahaan. Konsumen menyukai lokasi yang strategis dan memiliki lahan parkir yang luas. Namun, keuntungan memiliki restoran yang dipasarkan melalui aplikasi pesan antar makanan *online* yaitu tidak perlu menyediakan lahan yang luas.

Kualitas produk adalah karakteristik suatu produk yang dapat memenuhi kepuasan konsumen dengan standar yang layak hingga istimewa (Setyani &

Gunadi, 2020). Semakin baik bahan baku makanan, maka semakin enak dan segar makanan tersebut. Restoran harus mendapat pemasok yang memiliki bahan baku makanan yang baik tetapi juga tidak mahal. Selanjutnya, promosi adalah suatu strategi untuk menawarkan suatu produk supaya konsumen tertarik membeli produk tersebut dengan menampilkan keistimewaan dan juga citra produk (Wijanarko, 2018). Promosi bertujuan untuk memasarkan produk pada publik dengan tujuan dapat meningkatkan laba. Penerapan diskon pada aplikasi pesen antar makanan *online* merupakan promosi berupa gratis biaya pengiriman dan juga potongan harga dengan minimum pembelian pada nominal tertentu.

Faktor terakhir yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah strategi sebuah perusahaan dalam menciptakan produk supaya memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen (Sumarsid & Paryanti, 2022). Kualitas pelayanan dapat dilihat dari beberapa faktor seperti ketepatan waktu dalam menyiapkan makanan, kebersihan alat makan, kerapian penyajian, dan juga pelayanan pegawai restoran.

Narendra Catering merupakan salah satu restoran katering harian terkenal di Semarang melalui aplikasi makanan pesan antar *online*. Narendra Catering berdiri sejak tahun 2011 yang awalnya buka di area kos Narendra dengan menyediakan makanan mi instan untuk anak kos, kemudian mampu berkembang menjadi restoran katering harian yang terdaftar dalam aplikasi makanan pesan antar *online*. Menu yang restoran tawarkan seperti aneka olahan mi instan, penyetan, oseng, gongso, aneka sambel, sayur, dan minuman sebagai pelengkap menu. Lokasi Narendra Catering berada di jalan Kanguru Raya Perumahan Korpri nomor 5 Gang IV,

Kelurahan Gayansari, Kecamatan Gayamsari, Semarang, Jawa Tengah dengan jam pelayanan dari pukul 08.00 WIB hingga 20.00 WIB. Berikut ini merupakan data laba, jumlah konsumen, dan keluhan konsumen :

Tabel 1.1 Pendapatan Narendra Catering 2022

BULAN	LABA
JANUARI	Rp. 17.175.623,00
FEBRUARI	Rp. 23.432.148,00
MARET	Rp. 32.311.713,00
APRIL	Rp. 27.378.700,00
MEI	Rp. 27.614.313,00
JUNI	Rp. 24.598.400,00
JULI	Rp. 23.332.112,00
AGUSTUS	Rp. 26.417.515,00
SEPTEMBER	Rp. 28.439.772,00
OKTOBER	Rp. 25.723.381,00
NOVEMBER	Rp. 29.782.200,00
DESEMBER	Rp. 31.811.143,00

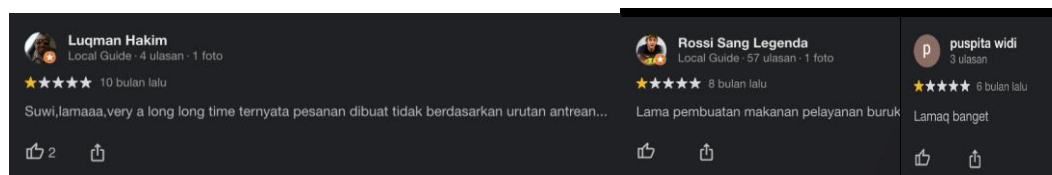
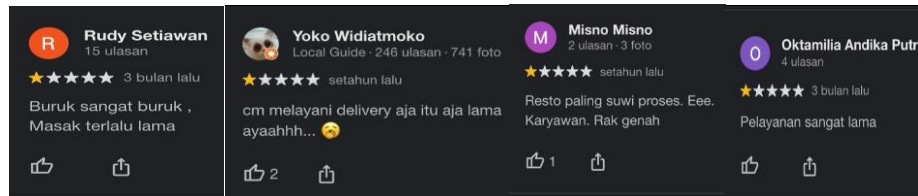
Sumber : arsip data Narendra Catering

Tabel 2. 1 Jumlah Keluhan Narendra Catering 2022

BULAN	JUMLAH KONSUMEN	JUMLAH KELUHAN
JANUARI	1.846	41
FEBRUARI	1.793	39
MARET	1.911	48
APRIL	2.131	42
MEI	2.276	47
JUNI	2.298	62
JULI	3.555	78
AGUSTUS	3.531	93
SEPTEMBER	3.678	117

OKTOBER	3.824	136
NOVEMBER	4.032	163
DESEMBER	4.376	187

Sumber : arsip data Narendra Catering



Berdasarkan fenomena data konsumen Narendra Catering diatas, walaupun restoran ini memiliki cukup banyak keluhan namun berhasil meningkatkan konsumen pasar. Permasalahan lain dari Narendra Catering yaitu memiliki laba yang tidak stabil, walaupun jumlah konsumen meningkat. Tindakan yang dilakukan konsumen untuk menentukan pilihan produk yang ingin dibeli melewati proses pertimbangan sesuai kebutuhan konsumen (Maryati & Khoiri, 2022). Keluhan yang konsumen sampaikan pada restoran ini yaitu ketepatan waktu dalam pengemasan karena pada saat jam makan siang sering terjadi banyak pesanan yang diterima, sehingga berakibat konsumen menunggu lebih lama. Selain itu, kerapian penyajian makanan ketika diterima konsumen terkadang makanannya berantakan atau tumpah dikarenakan kurang rapat pengemasannya sewaktu pengantaran makanan oleh driver ojek *online*.

Berdasarkan penelitian pada jurnal sebelumnya, yang telah dilakukan oleh Chaerudin dan Syafarudin (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk,

Kualitas Pelayanan, Harga terhadap Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen” menyatakan bahwa keseluruhan perhitungan statistik terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian. Sedangkan harga, hanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian dari jurnal yang dibuat oleh Yudha et al. (2022) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Mc Donald’S” menyatakan bahwa konsumen merasa puas dengan produk dan kinerja pelayanan yang telah dilakukan oleh pihak McDonald’s dalam melayani konsumen.

Pada jurnal Woen & Santoso (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen” menyatakan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan, namun promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, pada jurnal Rumiati dan Syafarudin (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Nasabah Bank di Era Covid-19” menunjukkan bahwa bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian Narendra Catering Kota Semarang”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan metode penelitian untuk memecahkan sebuah masalah dengan merumuskan konflik terlebih dahulu. Hal ini dapat dicantumkan rumusan masalah berdasarkan latar belakang sebagai berikut, yaitu

A. Rumusan Masalah Umum

Adakah pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada narendra Catering Semarang?

B. Rumusan Masalah Khusus

1. Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Narendra Catering kota Semarang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Narendra Catering kota Semarang?
3. Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Narendra Catering kota Semarang?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Narendra Catering kota Semarang?
5. Apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Narendra Catering kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian pada Narendra Catering di Kota Semarang.

1.3.2 Tujuan Khusus

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diajukan, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada Narendra Catering kota Semarang.
2. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Narendra Catering kota Semarang.
3. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Narendra Catering kota Semarang.
4. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Narendra Catering kota Semarang.
5. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen pada Narendra Catering kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah

1. Bagi UMKM Narendra Catering Semarang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi manajemen untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada produk makanan Narendra Catering Semarang.
2. Bagi Akademisi, bahan acuan dalam penelitian yang lebih lanjut mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan.
3. Bagi peneliti, untuk melatih dan mengembangkan kemampuan dalam bidang penelitian, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup dan batasan merupakan elemen penting dari sebuah penelitian. Ruang lingkup dan batasan suatu penelitian ditetapkan pada awal proses penelitian dan menentukan arah keseluruhan penelitian. Ruang lingkup penelitian ini adalah penjualan dan laba Narendra Catering kota Semarang. Penelitian ini secara khusus akan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada bauran pemasaran dan kualitas pelayanan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dipergunakan untuk penyusunan skripsi secara sistematis dengan kaidah yang benar berisikan tentang informasi penelitian dengan metode yang akurat terdiri dari bab awal sampai bab akhir. Sistematika yang terdapat pada skripsi sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab I yaitu pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian harus berdasarkan fakta.

Bab III : Metode Penelitian

Bab III berisi tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta definisi operasional dari masing-masing variabel, populasi, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data serta metode analisis yang digunakan dalam proses pengolahan data.

Bab IV : Hasil dan Pendahuluan

Bab ini berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan teknik analisis yang ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan tentang hasil analisis tersebut.

Bab V : Kesimpulan

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian.