

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini persaingan dunia bisnis kini sangat ketat seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumennya (Prasetio, 2012:2). Pertumbuhan ekonomi saat ini tumbuh dengan pesat seiring bertambahnya jumlah penduduk. Selain itu setiap tahun pertumbuhan ekonomi meningkat sedikit demi sedikit. Pada tahun ini pertumbuhan ekonomi meningkat sebanyak 5,1% yang telah diprediksi oleh presiden RI.

Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama. Pelanggan juga bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Pelanggan tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk tersebut sehingga produk tersebut dapat menarik pelanggan dalam kepuasan untuk membeli produk yang dihasilkan.

Kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang tidak dapat dianggap remeh begitu saja. Bahkan dalam perkembangan saat ini, teori kepuasan merupakan sebuah konsep yang sangat penting dalam studi pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:546), mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu

pembelian tergantung pada kinerja produk aktual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami perilaku dan memenuhi maupun kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2003:30).

Menurut Kotler dan Keller (2012: 83) kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan (*service quality*) seperti yang dikatakan oleh Parasuraman (1988) dalam Lupiyoadi (2013) dapat didefinisikan yaitu : “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh”. Menurut Lovelock dan Writs (2011:154) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang pelanggan tebus

untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Tjiptono dan Chandra (2012:31) mengatakan bahwa, harga merupakan bauran harga berkenaan dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Maka disimpulkan bahwa Harga adalah jumlah nominal yang harus dikorbankan atas nilai yang dihasilkan dari suatu produk atau jasa serta menjadi sebuah simbol atas berpindahnya hak kepemilikan.

Menurut Alma (2009:170), mengemukakan promosi adalah komunikasi yang menginformasikan kepada pelanggan mengenai keberadaan sebuah produk dan membujuk mereka untuk memilih produk yang memiliki kapabilitas yang memuaskan tersebut. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya (Tjiptono, 2008:221). Promosi adalah mengkomunikasi informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku (Cannon, 2008:69).

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:63) lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran lokasi merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa yang siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang apakah lokasi tersebut telah dibeli atau disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan dimasa mendatang.

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan harus dapat memahami kebutuhan dan mengerti selera yang diinginkan oleh para pelanggan serta tetap harus memperhatikan kualitas pelayanan, harga, promosi, dan lokasi sehingga, dapat memberikan kepuasan pelayanan dengan baik agar dapat mempertahankan pangsa pasar dan dapat tetap bertahan di dunia usaha. Dengan banyaknya didirikan usaha toko roti yang bermunculan di tengah-tengah masyarakat, *Dyriana Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang yang berdiri sejak tahun 1986, dituntut untuk tetap mampu bersaing dengan toko roti lain agar dapat menarik para pelanggan baru ataupun untuk mempertahankan pelanggan yang lama.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *Dyriana Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang, dapat diketahui sebab perkembangan dapat didasarkan pada fluktuasi jumlah pelanggan yang melakukan transaksi di *Dyriana Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang. Berikut ini jumlah pelanggan *Dyriana Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang selama tahun 2017 :

**Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan**

Jumlah Pelanggan *Dyriana Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang  
Periode Tahun 2017

| NO. | BULAN    | JUMLAH<br>PELANGGAN | PRESENTASE<br>(%) |
|-----|----------|---------------------|-------------------|
| 1.  | Januari  | 5053                | 9,43              |
| 2.  | Februari | 4620                | 8,62              |
| 3.  | Maret    | 3937                | 7,36              |
| 4.  | April    | 3870                | 7,22              |

|              |           |              |               |
|--------------|-----------|--------------|---------------|
| 5.           | Mei       | 4557         | 8,5           |
| 6.           | Juni      | 4830         | 9,02          |
| 7.           | Juli      | 4929         | 9,2           |
| 8.           | Agustus   | 4805         | 8,98          |
| 9.           | September | 3690         | 6,89          |
| 10.          | Oktober   | 3937         | 7,37          |
| 11.          | November  | 4123         | 7,69          |
| 12.          | Desember  | 5208         | 9,72          |
| <b>TOTAL</b> |           | <b>53582</b> | <b>100,00</b> |

*Sumber : Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang, 2018*

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa jumlah pelanggan Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang mengalami fluktuasi. Pada bulan Januari mengalami peningkatan yang signifikan, yaitu sebesar 9,43 persen, namun kemudian turun sebesar 8,62 persen. Penurunan terendah terjadi Pada bulan September yaitu sebesar 6,89 persen. Dan pada bulan Desember mengalami peningkatan jumlah konsumen terbanyak yaitu sebesar 9,72 persen.

Sehingga, dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan adanya persaingan yang semakin ketat. Hal tersebut yang menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian tentang: “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dimaksudkan untuk mengungkapkan pokok pikiran secara jelas dan sistematis, sehingga akan mudah dipakai dengan jelas dari permasalahan sebenarnya. Adapun pokok permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dyriana *Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dyriana *Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dyriana *Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dyriana *Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian tidak keluar dari pokok permasalahan dan penelitian yang dilakukan memiliki batasan ruang lingkup sehingga tidak terlalu luas dan umum, maka diperlukan batasan masalah. Berikut penulisan membahas masalah dalam beberapa hal :

1. Variabel bebas penelitian ini akan dibahas tentang pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan Dyriana *Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang.

2. Obyek penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel pada 100 orang pada pelanggan *Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*.
3. Penelitian ini dibatasi dengan periode penelitian, yaitu pengamatan pada tanggal 6 Mei sampai dengan tanggal 15 Mei 2018 dengan cara pembagian kuesioner kepada pelanggan *Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*. Untuk melakukan analisis data digunakan regresi linier berganda (*multiple regression*) dan dilakukan dengan bantuan *software SPSS 23*.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran dan memberi bukti khusus mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan *Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*. Maka penelitian ini bertujuan menguji secara empiris yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada *Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*.
4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada *Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberi informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan dimana kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana pada program studi manajemen, diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan teoritis serta pengetahuan praktis dalam pengembangan penelitian-penelitian yang berikutnya mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi *Dyriana Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan acuan dalam penentuan strategi pemasaran dan perbaikan pelayanan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan *Dyriana Bakery & Cafe* Pandanaran Semarang.

3. Bagi Universitas AKI

Hasil dari penelitian ini merupakan sumbangan pemikiran yang nantinya diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bagi peneliti lain untuk karya ilmiah selanjutnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian ini dikelompokkan menjadi enam bab, yaitu bab pendahuluan, bab telaah pustaka, bab metode penelitian, bab gambaran umum perusahaan, bab analisis data, dan bab penutup.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini dikemukakan tentang teori-teori pengertian kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, harga, promosi, dan lokasi, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi metode penelitian yang mencakup variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini berisi gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah organisasi, visi dan misi organisasi, lokasi, struktur organisasi.

### **BAB V : PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pendapat responden terhadap variabel, uji validitas, analisis data dan hipotesis, dan pembahasan.

## **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini memuat kesimpulan dan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andreas S. Manampiring, d. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado . *Jurnal EMBA Vol.4 No.2 Juni* , 164-174.
- Anissa Faradina, B. S. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 7, Juli*.
- Aulia, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 5, Mei*.
- Faine Phoeby Ruusen, d. (2014). Kualitas Pelayanan, Promosi Dan After Sales Service Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pt. Nusantara Surya Sakti Di Amurang . *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September*, 1603-1613.
- Faine Phoeby Ruusen, d. (2014). Kualitas Pelayanan, Promosi Dan After Sales Service Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pt. Nusantara Surya Sakti Di Amurang . *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September* , 1603-1613.
- Farida, A. S. (2015). Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Joko Elektronik Di Pati .
- Feiby Tombokan, d. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus Bni Kantor Cabang Utama Manado . *Jurnal EMBA Vol.3 No.3 Sept. 2015*, 552-561.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grace Marleen Wariki, d. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado . *Jurnal EMBA Vol.3 No.2 Juni*, 1073-1085.
- Greifie Lumintang, R. J. (2015). Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado . *Jurnal EMBA Vol.3 No.1 Maret* , 1291-1302.
- Hanifah, S. A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Kasus di UD.Cita

Rasa Sempidi Denpasar ). *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol.5, No. 2 .

Harahap, K. A. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Ronggowarsito Semarang .

Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Entrepreneurship* vol. 9, No. 2 Oktober , 80-101.

Iksan Ongko Widjoyo, d. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya . *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 1, 1-12.

Istiatin, E. N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo . *Jurnal Paradigma* Vol. 13, No. 01, Februari – Juli .

Lanny Sengkey, W. J. (2014). Strategi Relationship Marketing Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak “Kasih Ibu” Manado. *Jurnal EMBA* Vol.2 No.1 Maret, 182-191.

Mahmudah, M. A. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen Di Jatiroso Catering Service . *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan* Vol. 1 No. 2 Edisi September, 102-120.

Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado . *Jurnal EMBA* Vol.1 No.4 Desember, 1341-1348.

Pertiwi, E. L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Roti “Yulia Bakery” Kota Kediri . *Simki-Economic* Vol. 01 No. 11 .

Rifai, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Geprek Spesial Sambal Korek Cabang Kediri . *Simki-Economic* Vol. 01 No. 03 .

Romadhani, E. K. (2016). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Roti Fatimah Bakery Di Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH* Vol. 14, No. 2, November , 31-48.

Saradissa, C. N. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 4, Nomor 11, November .

- Sitohang, A. A. (2016). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 12, Desember* .
- Sitohang, H. U. (2017). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kemasan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 1, Januari* .
- Soekotjo, U. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmoos . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 3, Maret*.
- Suprihhadi, A. R. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 4, April*.
- Suprihhadi, I. H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Z618 . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 5, Mei*.
- Suryawardani, P. R. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE Perwakilan Kawalayaan Tahun 2014. *Banking and Management Review Vol 4 No 2*.
- Sutrisna, M. H. ( 2017 ). Pengaruhkualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lbpp Lia Pekanbaru . *JOM FISIP Vol. 4 No. 2 - Oktober*.
- Trenggana, V. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Barberpop Bandung . *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 Desember*, 3808-3815.
- Yanti, H. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Prima Tour And Travel . *Zona Manajerial Volume 8 No. 2, Oktober*, 13-23.
- Yolis Arhamni, I. K. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Balai Kesehatan Paru Masyarakat (Bkpm) Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management, Volume 4, Nomor 3*, 1-14.
- Zakaria, D. G. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 4, April*.