

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan globalisasi yang semakin pesat membuat seluruh pelaku ekonomi harus bisa mengikuti perkembangan zaman. Dalam perkembangan dunia bisnis saat ini, tidak terkecuali pada bisnis usaha makanan setiap pengusaha harus mampu bersaing dengan pengusaha lain dalam hal produk yang akan mereka pasarkan agar dapat menarik minat konsumen. Usaha makanan saat ini semakin dapat menjangkau semua elemen masyarakat baik dalam hal kepraktisan maupun dalam hal pemenuhan kebutuhan.¹ Usaha bakso menjadi salah satu jenis usaha makanan yang sangat populer dan mudah ditemukan di Indonesia. Bakso ini sering dijumpai di banyak tempat di Indonesia mulai dari restoran, rumah makan (depot) hingga pedagang kaki lima. Bakso merupakan makanan yang pada umumnya berbentuk bulat seperti bola yang dibuat dari daging sapi yang telah digiling lalu dicampur dengan tepung tapioka, selain terbuat dari olahan daging sapi bakso biasanya juga terbuat dari ikan, udang, daging kerbau bahkan daging ayam. Pada

¹ Rima Nurmalia, Zainul Hidayat, dan Jesi Irwanto, “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner Bakso H. Sabar Yosowilangun)” ,*Progress Conference*, Vol.1 No. 1 (Agustus 2018), 533. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/indek.php/progress> (Diakses pada tanggal 17 oktober 2021 puku 07:30 WIB)

umumnya bakso dihidangkan dalam temperatur panas/hangat dengan kuah kaldu, mie, tahu, somay, bawang goreng, dan lain-lain.²

Daging Sapi merupakan daging yang sering dipakai sebagai bahan dasar dalam produksi bakso, hal ini karena daging sapi mudah didapat, memiliki aroma khas, dan memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh. Daging mengandung protein, fosfor, zinc, vitamin B12, vitamin B6, vitamin B3, selenium, dan kadar sodium rendah. Semakin populernya bakso di nusantara membuat para penduduk banyak yang membuka usaha bakso, hal ini membuat persaingan usaha semakin ketat, sehingga perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari *costumer*. Perusahaan harus sanggup menetapkan strategi yang selaras dengan keadaan *constumer*, karena dalam aktivitas pembelian *product*, selalu diawali dari tahap pengenalan sampai tahap perilaku sesudah pembelian.³

Kepuasan Konsumen merupakan sebuah emosi seseorang baik senang atau menyesal yang lahir setelah membandingkan kemampuan atau kinerja *product* yang direnungkan terhadap kemampuan atau kinerja yang diinginkan.⁴ Kepuasan konsumen dipengaruhi atas 5 elemen yaitu kualitas barang, kualitas pelayanan emosional, harga, biaya.⁵ Harga merupakan salah satu elemen kepuasan konsumen yang digunakan perusahaan untuk menarik minat *costumer* agar memakai *product* yang dihasilkan suatu

² Ibid.

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Pt Indeks Gramedia, 2006), 184.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ke Dua Belas* (Jakarta: Pt Indeks Gramedia, 2007), 177.

⁵ Rahmat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Selemba Empat, 2006), 158.

perusahaan. Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai yang tumbuh berdasarkan persepsi *customer* bilamana harga dihubungkan dengan nilai manfaat yang dirasakan atas suatu *product* atau jasa.

Selain harga, kualitas produk juga dijadikan sebagai salah satu faktor yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen, hal ini karena *product* yang memiliki kualitas bagus, tampilan yang bagus, cita rasa yang khas atau enak akan membuat konsumen merasa puas dan mereka akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan kepada orang lain.

Di desa Pucangsimo terdapat jenis usaha kuliner bakso mulai dari usaha kuliner bakso yang berbentuk rumah makan (depot) dan juga usaha kuliner bakso yang berbentuk pedagang kaki lima. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi di usaha kuliner bakso yang berbentuk rumah makan karena pada umumnya usaha kuliner yang berbentuk rumah makan mempunyai data penjualan yang sistematis, mempunyai lokasi yang tetap, mempunyai jadwal operasional yang pasti, dan mempunyai tempat yang cukup luas sehingga dalam proses pengambilan datanya tidak mengganggu konsumen maupun pemilik usaha tersebut. Berikut akan dicantumkan tabel tentang usaha kuliner bakso yang berbentuk rumah makan yang terdapat di Desa Pucangsimo.

Tabel 1. 1

Depot Bakso Yang Terdapat Di Desa Pucangsimo

Perbedaan	Bakso Mayang	Bakso Super Cak Por	Bakso Solo Mas Radit	Bakso Barokah Mas Bayu
Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> - Jl.Desapucangsi mo, RT.02/RW.12 Desa Pucangsimo. - Berlokasi didekat fasilitas umum seperti SD, TK, radio taruna FM, dan berada dilokasi ramai penjual PKL 	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Raya Pucangsimo, No.63, Desa Pucangsimo. - Berlokasi didekat jembatan pucangsimo, dekat penjual kelapa 	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Raya Pucangsimo, Desa Pucangsimo - Berlokasi didekat MIN Pucangsimo 1. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Raya Pucangsimo, Desa Pucangsimo - Berlokasi di pinggir sawah.
Produk	Terdiri dari satu pentol bakso besar, satu tahu bakso, satu somay	Terdiri dari 4 pentol bakso sedang, dan satu tahu putih	Terdiri dari satu pentol bakso sedang, 2 pentol bakso kecil, dan satu tahu putih	Terdiri dari 1 pentol bakso besar dan 1 pentol bakso berukuran sedang
Harga	Rp. 6.000	Rp. 7.000	Rp. 8.000	Rp. 7.000
Bentuk fisik	<ul style="list-style-type: none"> - Parkir cukup luas - Tempat makan luas dan nyaman - Kipas angin - Tempat cuci tangan - Tisu makan 	<ul style="list-style-type: none"> - Parkir cukup luas - Tempat makan nyaman dan kurang luas - Tisu makan 	<ul style="list-style-type: none"> - Parkir kurang luas - Tempat makan nyaman dan kurang luas - Tisu makan 	<ul style="list-style-type: none"> - Parkir kurang luas - Tempat makan kurang luas dan nyaman - Tisu makan

Jumlah pengunjung per hari	±150	±80	±100	±100
----------------------------------	------	-----	------	------

Sumber: Hasil Observasi pada tahun 2021

Pada tabel 1.1 dapat difahami bahwa Bakso Mayang beberapa kelebihan dibandingkan dengan usaha kuliner bakso Super Cak Por, Bakso Solo Mas Radit, Bakso Barokah mas Bayu. Diantara keunggulan yang terdapat di Usaha kuliner Bakso Mayang ini iadalah harga yang relatif lebih murah, tempat yang strategis, parkir yang cukup luas serta jumlah pengunjung rata-rata harian yang paling tinggi, karena keunggulan tersebut peneliti memilih Bakso Mayang menjadi tempat lokasi penelitian.

Usaha Kuliner Bakso Mayang yaitu sebuah Usaha kuliner Bakso yang berbentuk rumah makan yang beralamat di JL. Desa Puncangsimo, RT.02/RW.12, Pucangsimo, Kec. Bandarkedungmulyo, Kab. Jombang. Bakso Mayang menyediakan olahan bakso berbahan dasar daging sapi, pemilik Bakso Mayang adalah bapak Ulum. Bapak Ulum memiliki 2 karyawan. Bakso Mayang buka pada hari sabtu sampai dengan hari kamis dan mulai beroperasi pada pukul 10:00 – 20:00 WIB. Bila stok bakso habis sebelum waktunya Bakso Mayang akan tutup sebelum jam tersebut. Usaha bakso milik pak Ulum ini dalam sehari dapat menghabiskan kurang lebih 150 porsi bakso.

Tabel 1. 2
Jumlah Konsumen Yang Melakukan Pembelian Ulang di Bakso
Mayang

No	Melakukan Pembelian di Bakso Mayang	Konsumen Bakso Mayang
1	Pertama kali	0
2	Lebih Dari Satu kali	30
Jumlah		30

Sumber observasi pada tanggal tahun 2021

Tabel 1. 3
Jumlah Konsumen yang Merasa Puas Setelah Melakukan Pembelian
Di Depot Bakso Mayang

No	Merasa Puas Setelah Melakukan Pembelian	Konsumen Bakso Mayang
1	Iya	30
2	Tidak	0
Jumlah		30

Sumber observasi pada tahun 2021

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 30 responden yang telah melakukan pembelian produk di Bakso Mayang, ketiga puluh responden tersebut melakukan pembelian lebih dari satu kali dan juga merasa puas setelah melakukan pembelian Bakso di Depot Bakso Mayang, hal ini dapat dijadikan sebagai indikator awal bahwa konsumen di Bakso Mayang merasa puas dengan produk bakso yang di jual di bakso Mayang ini.

Tabel 1. 4
Hasil Observasi Konsumen Bakso Mayang Berkaitan Dengan
Kepuasan Konsumen

No	Faktor-faktor Kepuasan Konsumen	Konsumen Bakso Mayang
1	Kualitas Produk	11
2	Kualitas Pelayanan	4
3	Merek	0
4	Harga	15
5	Biaya	0
Jumlah		30

Sumber observasi pada tahun 2021

Bersumber dari tabel 1.3 diketahui sebesar 15 responden memilih harga, 11 responden memilih kualitas produk, dan 4 responden memilih kualitas pelayanan. Dari hasil observasi diatas alasan konsumen puas dengan pembelian di Bakso Mayang Pucangsimo mayoritas karena faktor harga dan kualitas produk.

Dari tabel diatas Harga dan kualitas produk menjadi elemen penting dalam memuaskan konsumen, karena jika *costumer* puas dengan harga dan kualitas produk yang ditawarkan produsen maka volume penjualan akan meningkat.

Dari data diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Bakso Mayang Desa Puncangsimo Kabupaten Jombang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan pada latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Harga di Bakso Mayang Pucangsimo Kab. Jombang?.
2. Bagaimanakah Kualitas Produk di Bakso Mayang Pucangsimo Kab. Jombang?.
3. Bagaimanakah Kepuasan Konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kab. Jombang?.
4. Bagaimanakah Pengaruh Harga terhadap kepuasan Konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kab. Jombang?.
5. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Bakso mayang Pucangsimo Kab. Jombang?.
6. Bagaimanakah Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kab. Jombang?.

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah dari penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Harga di Bakso Mayang Pucangsimo Kab. Jombang.
2. Untuk Mengetahui Kualitas Produk di Bakso Mayang Pucangsimo Kab. Jombang.
3. Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kab. Jombang.

4. Untuk Mengetahui tentang Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Kosnumen di Bakso Mayang Puncangsimo Kab. Jombang.
5. Untuk Mengetahui tentang Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Bakso Mayang Puncangsimo Kab. Jombang.
6. Untuk Mengetahui tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kab. Jombang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini diharapkan penulis mampu mempraktekkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari di kuliah serta sebagai media bagi penulis untuk menambah wawasan dalam bidang ekonomi khususnya pada tema pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur mahasiswa dalam menguasai materi yang telah di dapatkan serta untuk menambah koleksi kepustakaan IAIN Kediri.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi bagi perusahaan dalam memperoleh kepuasan dari konsumen.

4. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi pada bidang keilmuan khususnya yang berkenaan dengan kepuasan konsumen.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah proposisi sementara atas suatu permasalahan yang akan diteliti.⁶ Hipotesis dari penelitian ini ialah :

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kabupaten Jombang.
 H_1 : Terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kabupaten Jombang.
2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kabupaten Jombang.
 H_2 : Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kabupaten Jombang.
3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kabupaten Jombang.
 H_3 : Terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Bakso Mayang Pucangsimo Kabupaten Jombang.

⁶ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), 66-67.

F. Telaah Pustaka

Berikut telaah pustaka yang dipakai peneliti :

1. *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune (Studi Kasus di Swalayan Top Pare Kediri)* oleh Dewi Idayati (2020), Mahasiswa IAIN Kediri.

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif yang berfokus pada faktor harga terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Top Pare Kediri. Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa variabel X (Harga) memiliki jumlah mean 25,05 yang masuk dalam kategori cukup, sedangkan untuk variabel Y (Kepuasan Konsumen) memiliki nilai mean 64,85 yang juga masuk dalam kategori cukup. Dalam riset ini variabel X dan variabel Y memiliki hasil positif dan kuat dengan nilai *person correlation* sebesar 0,747. Nilai (sig) $0,000 < 0,05$. Harga dan kepuasan konsumen berpengaruh sangat signifikan. Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y sebesar $R^2 = 55,9\%$ dengan 44,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dicantumkan kedalam penelitian. Persamaan dengan penelitian penulis terdapat pada jenis metode penelitian berupa metode Penelitian Kuantitatif dan Variabel Y berupa Kepuasan Konsumen, sedangkan perbedaannya terdapat pada Variabel X dimana penelitian penulis memakai variabel X berupa harga dan kualitas produk sedangkan penelitian ini hanya memakai

variabel X berupa harga, selain itu perbedaan juga terdapat pada lokasi penelitiannya.⁷

2. Annisa Susanti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) (Studi Pada PDAM Unit Sugio Kabupaten Lamongan)*.

Pada Penelitian ini diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai nilai mean sebesar 42,77 dan nilai standar deviasi sebesar 4,136 yang artinya bahwa variabel tersebut masuk kedalam kategori cukup baik. Sedangkan untuk variabel Y yaitu kepuasan konsumen memperoleh nilai mean sebesar 41,20 dan standar deviasi sebesar 3,207 yang masuk dalam kategori cukup baik. Pada penelitian ini juga diperoleh nilai t_{tabel} 1,988 dan nilai sig $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh sangat parsial terhadap kepuasan konsumen. Persamaan dengan penelitian penulis yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan variabel kepuasan konsumen (Y) untuk perbedaannya terletak pada variabel X yang digunakan dimana pada penelitian ini hanya menggunakan satu variabel X yaitu kualitas pelayanan sedangkan pada penelitian penulis menggunakan dua variabel X yaitu

⁷ Dewi Idayati, "Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune (Studi Kasus di Swalayan Top Pare Kediri)", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2020), 56-67. <http://ethesis.iainkediri.ac.id> (Diakses pada tanggal 27 april 2021 pukul 14:09 WIB)

harga dan kualitas produk, selain itu perbedaan juga terdapat pada lokasi penelitiannya.⁸

3. *Pengaruh harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Depot Sate Tenang Katang Kabupaten Kediri)* oleh Aprilia Nurbudi Pratiwi (2019), Mahasiswa IAIN Kediri.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang berfokus pada faktor harga di Depot Sate Tenang dengan hasil penelitian, terdapat korelasi yang signifikan antara harga (Variabel X) dengan Kepuasan Konsumen (Variabel Y) sebesar $0,000 < 0,05$, dengan mean variabel X 42,75 dan untuk Variabel Y sebesar 42,12. Dari data yang didapat nilai *person correlation*nya 0,844 yang dikategorikan kuat, sedangkan nilai analisis regresi menghasilkan $Y = 7,172 + 0,817X$ dan determinasi menunjukkan $R^2 = 71,3\%$ untuk sisa 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan dengan riset penulis terdapat pada jenis metode penelitian berupa metode Penelitian Kuantitatif dan Variabel Y berupa Kepuasan Konsumen sedangkan perbedaannya terdapat pada Variabel X dimana penelitian penulis menggunakan harga dan kualitas produk sebagai variabel X sedangkan penelitian ini hanya menggunakan

⁸ Annisa Susanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Air Minum (PDAM) (Studi pada PDAM Unit Sugiono Kabupaten Lamongan)", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2019), 55-65. <http://ethesis.iainkediri.ac.id> (Diakses pada tanggal 27 april 2021 pukul 14:09 WIB)

harga sebagai variabel X, selain itu perbedaan juga terdapat pada lokasi penelitiannya.⁹

4. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya* oleh Hanifayatun Samhah dan Heru Supriyadi dari jurnal Ilmu dan Riset Manajemen vol. 5, no. 12, Desember 2016 STIESIA Suarabaya.

Penelitian ini berfokus kepada faktor kualitas pelayanan dan harga di Oost Kafe dengan hasil penelitian dari total 100 orang yang mengisi kuesioner pada periode bulan April – Agustus 2016, didapatkan hasil koefisien korelasi (R) dengan nilai 0,756 maksudnya kualitas pelayanan dan harga berpengaruh sebesar 75,6% pada kepuasan konsumen di Oost Kafe Surabaya. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen mempunyai nilai sebesar 0,091 dan hubungan harga dengan kepuasan konsumen mempunyai nilai sebesar 0,466. Persamaan dengan penelitian penulis terdapat pada metode penelitian berupa *method* penelitian kuantitatif dan Variabel Y berupa Kepuasan Konsumen. Perbedaan riset ini dengan penelitian penulis terletak pada variabel X yang digunakan dan objek penelitiannya.¹⁰

⁹ Aprilia Nurbudi Pratiwi, “Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Depo Sate Katang Kab. Kediri)” (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2019), 72-80. <http://ethesis.iainkediri.ac.id> (Diakses pada tanggal 27 april 2021 pukul 14:09 WIB).

¹⁰ Hanifayatun Samhah dan Heru Supriyadi, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 5, no. 12 (Desember 2016). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id> (Diakses pada tanggal 6 oktober 2021 pukul 17:36 WIB)

5. *Pengaruh Transaksi Online Shopping, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce* oleh Amelia Andhini dari Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 6, No. 7, Juli 2017 STIESIA Surabaya.

Riset ini dilakukan untuk mencari tahu pengaruh antara transaksi online shopping, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen di E-commerce. Dengan hasil penelitian yang diambil dari 100 orang responden yang diperoleh dari mahasiswa STIESIA Surabaya melalui metode analisis berupa metode deskriptif, dan analisis *statistic* memakai analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis memakai uji-t, serta uji F dengan tingkat signifikansi 5%. Menghasilkan kesimpulan bahwa transaksi online, shopping, dan kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terdapat pada metode penelitian berupa Metode penelitian Kuantitatif dan variabel Y, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel x yang digunakan serta pada objek penelitiannya.¹¹

¹¹ Amelia Andhini, "Pengaruh Transaksi Online Shopping, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 06 no. 07 (Juli 2017). Hlm. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id> (Diakses pada tanggal 6 oktober 2021 pukul 17:36 WIB)