

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis kebab merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha makanan ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha makanan yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas produk yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen.

Namun semakin ketatnya persaingan bisnis kebab ini berdampak pada semakin meningkatnya tuntutan konsumen dalam hal kualitas produk. Hal ini perlu diantisipasi dengan strategi yang tepat. Untuk itu pengusaha perlu terus berinovasi dan kreatif dalam mengembangkan dan menawarkan produknya.

Untuk menenangkan bertambahnya persaingan menuntut pelaku bisnis perlu mampu menciptakan produk yang lebih unggul dengan harga yang sesuai dalam upaya memuaskan konsumen. Tanpa adanya konsumen maka setiap perusahaan khususnya bisnis makanan yang akan kehilangan pendapatannya dikarenakan bangkrutnya bisnis tersebut. Untuk mengantisipasi hal ini, maka perusahaan berupaya menyediakan produk yang baik dengan harga yang sesuai sehingga konsumen merasa puas dan tertarik untuk datang serta membeli produk yang diinginkannya.

Kepuasan konsumen sangat penting dalam melakukan bisnis khususnya dibidang kuliner, karena jika konsumen merasa puas maka mereka tentu akan membeli lagi bahkan jika perusahaan mengeluarkan produk baru serta memperbaiki yang lama konsumen akan setia untuk waktu yang lama. Komunikasi yang positif dari mulut kemulut juga mendorong kepuasan bagi konsumen, sehingga akan banyak yang mengetahui produk tersebut dan datang untuk melakukan pembelian.

Kualitas produk menjadi penentu perusahaan, terutama bisnis makanan dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan mengkonsumsi suatu produk. Untuk itu perusahaan harus sangat memperhatikan kualitas dari produk yang mereka tawarkan, karena jika kualitas produk tersebut

tidak baik maka konsumen akan kecewa dan merasa tidak puas terhadap produk tersebut.

Ketika pelanggan atau konsumen merasa kurang puas dengan dengan produk yang ada, maka konsumen akan memiliki kecenderungan untuk beralih ke produk lain yang kualitasnya setara. Sehingga para pelaku usaha perlu memperhatikan serta meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan. Agar konsumen tidak kehilangan kepercayaan akan produk dan terus merasa puas, maka perlu standarisasi kualitas supaya produk tetap terjaga kualitasnya serta produk yang dihasilkan tetap memenuhi standar.

Selain kualitas produknya harus baik, penetapan harga juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga penetapan harga juga harus diperhatikan dengan baik, produk yang ditawarkan dengan harga relatif murah yang sesuai dengan kualitasnya cenderung akan dipilih oleh konsumen. Pelaku usaha harus bisa menetapkan harga sebaik mungkin, karena jika salah dalam menetapkan harga perusahaan tersebut akan mengalami kegagalan. Harga yang terlalu tinggi akan membuat permintaan akan produk tersebut menjadi menurun, tetapi jika harga yang terlalu rendah akan mengakibatkan perusahaan tidak mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu, agar harga yang ditentukan tidak terlalu rendah atau tinggi perusahaan terus memantau harga yang ditetapkan pesaing. Jika tarif yang ditetapkan sudah sebanding dengan barang yang ditawarkan, tentu konsumen akan membeli serta mengkonsumsi produk tersebut karena merasa puas.

Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung perspektif atau ciri-ciri untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Kualitas akan menguntungkan dalam jangka panjang karena keuntungan eksternal yang diperoleh dari kepuasan konsumen dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perbaikan efisiensi produk.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh harga, penentuan harga yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen akan produk yang akan dibeli. Harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka.

Mister Kebab adalah salah satu outlet kebab yang ada di kota Metro. Outlet ini terletak di Jl. Ki Hajar Dewantara No 59, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro tepatnya di depan Butik Qolsa, yang mudah dijangkau konsumen.

Mister Kebab menyediakan beberapa menu khususnya kebab dengan varian rasa, dengan harga terjangkau konsumen dapat menikmati kebab. Untuk mempermudah konsumen dalam memilih menu yang akan mereka pesan, berikut adalah data daftar menu dan harga di Mister Kebab.

Tabel 1 Data Daftar Menu dan Harga Mister Kebab Tahun 2022

Menu	Harga (Pcs)
Kebab Durian	Rp 20.000
Black Kebab	Rp 14.000
Black Burger	Rp 10.000
Super Burger Kebab	Rp 10.000
Hotdog Kebab	Rp 10.000
Kebab Biasa	Rp 10.000

Sumber: Daftar Menu di Mister Kebab, 2022

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, Mister Kebab dituntut agar dapat bersaing serta unggul dibanding kompetitornya dengan cara membenahan sumber daya manusia, sarana, dan prasarana serta bahan baku yang terus dilakukan untuk terciptanya kepuasan konsumen. Berikut adalah data perkembangan penjualan Mister Kebab dari bulan Januari sampai bulan November 2022.

Tabel 2 Data Penjualan Pada Mister Kebab Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	1.040 pcs
2	Februari	1,248 pcs
3	Maret	1,456pcs
4	April	3,536 pcs
5	Mei	2,080pcs
6	Juni	1.560 pcs
7	Juli	2,288 pcs
8	Agustus	2.600 pcs
9	September	1.976 pcs
10	Oktober	1.040pcs
11	November	1.560 pcs

Sumber: Data penjualan dari mister kebab, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas perkembangan penjualan kebab di Miter Kebab pada bulan Januari – November 2022 mengalami fluktuasi. Kenaikan terjadi pada bulan Januari hingga Maret, Juli sampai Agustus. Kenaikan terbesar adalah pada bulan April yang dikarenakan menepati puasa Ramadhan banyak konsumen yang memesan kebab di Mister Kebab. Sedangkan beberapa faktor pemasaran yang kurang berjalan sesuai fungsinya kemungkinan menyebabkan penurunan pada bulan Mei, Juni, September, Oktober, November.

Tabel 3 Kepuasan Konsumen Pada Mister Kebab Tahun 2022

No	Nama	Komentar
1	Nurmala	“Harga kurang ekonomis, rasa sesuai selera”
2	Novia	“Kebabnya enak Cuma dagingnya kurang fresh”
3	Wildhan	“Sudah antri lama ga di kasi tau bahwa dagingnya habis, jadilah terpaksa pulang tangan hampa”

Sumber: Google Maps Mister Kebab, 2022

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwasannya kualitas produk dan harga masih menjadi penentu keputusan pembelian untuk membeli produk tersebut, jika tidak akan ada kritikan dari konsumen. Kepuasan konsumen dalam bidang bisnis kebab ini merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan bisnis agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Seperti yang tertera dalam tabel tersebut kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara apa yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan realisasi yang diberikan perusahaan. Dalam usaha memenuhi harapan konsumen (nilai persepsi) apabila nilai harapan sama dengan kenyataan konsumen merasa puas, jika harapan lebih rendah dari kenyataan konsumen sangat puas, dan jika harapan tidak sama dengan kenyataan konsumen tidak puas.

Berdasarkan Pemaparan di atas dapat dikatakan bahwa kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan yang sedang menjalankan bisnisnya. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul dalam sebuah karya tulis ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk**

dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Pada Mister Kebab di Kota Metro”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, permasalahan yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Konsumen kurang merasa puas karena kualitas produk yang kurang baik.
2. Kenaikan harga yang setiap bulannya masih sering bertambah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro?
3. Apakah Kualitas produk, Harga, kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada produk mister kebab di Kota Metro?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada produk mister kebab di Kota Metro?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro?
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro?

3. Untuk mengetahui apakah Kualitas produk, Harga, kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada produk mister kebab di Kota Metro?
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada produk mister kebab di Kota Metro?
5. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada mister kebab di Kota Metro?

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat. Manfaat tersebut antara lain ialah:

- 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan dalam melakukan pengaplikasian teori yang telah didapat selama belajar di bangku kuliah.

- 2) Bagi Program Studi dan Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa lainnya untuk dijadikan literatur atau referensi dalam melakukan penelitian tentang perilaku konsumen.

- 3) Bagi Mister Kebab

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Mister Kebab, tentang faktor apa saja yang dikembangkan lagi dalam peningkatan kualitas produk sesuai harga.

F. Ruang Lingkup Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan di Metro, Lampung pada salah satu outlet Mister Kebab.
2. Variabel pada penelitian ini dibatasi oleh 4 variabel yaitu variabel harga Variabel kualitas produk, variabel keputusan pembelian, variabel kepuasan konsumen.

G. Sistematika Penelitian

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini menjelaskan teori-teori yang mendasari penelitian mengenai kajian literatur yang mendukung variabel terikat dan bebas, penelitian relevan sebelumnya, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan Desain penelitian, definisi operasional variabel, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan Hasil Model MRA, Uji t, Uji f, Determinasi R², hipotesis statistik.

BAB V PENUTUP

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN