

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Manusia memiliki kebutuhan hidup yang harus dipenuhi, baik kebutuhan primer atau sekunder. Salah satu kebutuhan hidup yang harus dipenuhi adalah kebutuhan akan makan yang merupakan kebutuhan primer bagi manusia, tanpa makan manusia tidak dapat hidup. Untuk memenuhi kebutuhan akan makanan manusia biasanya mengolah sendiri atau mencari kepraktisan dengan membeli pada tempat tempat penjual makanan. Banyak penjual makanan yang biasa didatangi untuk memuaskan hasrat akan makanan seperti angkringan, kantin, warung makan atau rumah makan. Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Tidak dapat dipungkiri seiring berkembangnya jaman, mahasiswa dituntut akan kesibukan tugas yang sangat padat sehingga dalam memenuhi kebutuhan makan manusia lebih suka mencari kualitas dan kepraktisan.

Hal ini membuat tren menjamurnya penjual makanan baik warung makan pinggir jalan ataupun restoran yang menuntut para pelaku usaha makanan untuk berlomba mempertahankan para konsumen dengan mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan menawarkan harga yang terjangkau kepada konsumen. Karena semakin meningkatnya persaingan dalam usaha di bidang kuliner, maka perusahaan semakin dituntut untuk dapat menciptakan pemenuhan kebutuhan pelanggan sebaik mungkin agar dapat menghadapi persaingan yang ketat serta mendapatkan keunggulan di antara para pesaing, oleh sebab itu perusahaan harus memberikan pelayanan dan produk barang maupun jasa yang berkualitas kepada pelanggan agar dapat memunculkan kepuasan dalam dalam benak pelanggan. Kotler dan Keller (2009) “Kualitas produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan”.

Univeristas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) memiliki beberapa kantin diantaranya di belakang gedung Admisi, di gedung D lantai 2, Kafetaria dan pusatnya adalah Boga yang berada di tengah-tengah universitas dan satu lembaga yang bergerak dalam bidang penjualan makanan yaitu Koprasi Mahasiswa (KOPMA) UMY. UMY Boga berorientasi pasar kepada mahasiswa, kantin ini mulai dirintis sekitar 5 tahun yang lalu, sekitar tahun 2013 pihak UMY baru membangun dan mempromosikan tempat ini sebagai kantin, sementara dahulunya tempat ini hanyalah jalan dan tempat santai para mahasiswa. Sejak berdirinya dan hingga kini masih UMY Boga memiliki

pelanggan di antaranya kalangan mahasiswa, karyawan universitas ataupun tamu universitas. Tentu saja hal itu didukung dengan manajemen yang baik. Baik dari segi harga, pemasaran, maupun kualitas. Harga menu mulai dari Rp6.000,00 sampai Rp 25.000,00 sudah termasuk lauk dan minum. Promosi UMY Boga cenderung unik karna mendapat dukungan dari pihak Universitas maka Boga UMY dengan mudah memasukkan produknya berupa snack pada even-even yang dilaksanakan di universitas, terkadang dengan dijadikannya Boga menjadi tempat berlangsungnya suatu acara yang di adakan mahasiswa, hal ini menjadi salah satu cara media promosi, dan akan menanamkan kesadaran dalam benak konsumen tentang keberadaan kantin ini. Boga sendiri memiliki dua cara distribusi makanan sampai ke tangan konsumen yaitu dengan menggunakan meja dorong menjajakan makananya ke setiap fakultas dengan dipandu 2 orang karyawan dari pihak Boga tersebut dan konsumen dapat langsung mendatangi kantin Boga untuk membeli produknya.

Menu makanannya juga bermacam macam. mulai dari soto, nasi goreng, batagor sampai somay dan sop. Tentu-nya hal tersebut diimbangi dengan kualitas rasa, pelayanan, harga, kebersihan tempat dan juga tata ruang yang sedemikian rupa dan juga koneksi internet yang tersedia hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan mahasiswa yang hanya sekedar ingin bersantai ataupun mengerjakan tugas-tugas kuliah mereka. UMY Boga buka setiap hari Senin sampai Sabtu buka mulai jam 08.00 pagi sampai jam 17.00 hal itu tentunya disesuaikan pada hari efektif di kampus mengingat

mahasiswa merupakan pangsa pasar utama UMY Boga. “Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan yang membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan” Zahriar (2016) dalam Mustofa dkk. (2016).

Jika pelanggan loyal, mereka akan berkomitmen terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang (Tjiptono 2014). Pelanggan yang loyal lebih banyak menangkap pesan positif dari perusahaan yang bersangkutan. Jika pelanggan yang loyal tersebut aktif, mereka akan menceritakan pesan positif tersebut kepada satu komunitas atau lingkungan sekitar.

Kualitas pelayanan dan produk menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas. “Loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap toko, merek ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten” (Fandy Tjiptono, 2014).

Menurut pengamatan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung, dilihat dari segi harga, kualitas produk dan pelayanan di tempat usaha, jumlah outler yang banyak dan berbagai macam jenis makan mempengaruhi penilaian

pelanggan terhadap UMY Boga yang secara tidak langsung akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMY Boga yang dimediasi kepuasan pelanggan. Berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening” (Studi Kasus UMY Boga Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan UMY Boga?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan UMY Boga?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan UMY Boga?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan UMY Boga?

5. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang melalui kepuasan pelanggan?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
7. Apakah persepsi harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UMY Boga.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UMY Boga.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan UMY Boga.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UMY Boga.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

7. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat teoritis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu manajemen, khususnya lebih memahami dalam tentang perilaku konsumen.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu membantu pihak lain untuk menjadi rujukan dalam mengadakan penelitian serupa.

2. Manfaat praktik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai kalangan yaitu :

- a. Bagi UMY Boga, dapat dijadikan sebagai catatan/koreksi untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya, sekaligus memperbaiki apabila ada kelemahan dan kekurangan.
- b. Bagi UMY Boga, pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.