

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ
الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

“Wahai orang – orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis – majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang – orang yang beriman di antaramu dan orang – orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah maha teliti apa yang kamu kerjakan.”

Saat ini pertumbuhan kuliner sangat meningkat sehingga terdapat tuntutan bagi pembisnis untuk memberikan inovasi yang menarik bagi konsumen supaya bisa bersaing dalam dunia usaha. Selain itu, kreativitas pembisnis untuk mengembangkan bisnisnya juga diperlukan agar konsumen dapat mencoba produk yang ditawarkan oleh pembisnis. Salah satu bisnis yang diminati oleh masyarakat Indonesia adalah bisnis catering. Namun, kondisi persaingan pasar saat ini menjadikan konsumen rentan untuk berubah dalam berbisnis. Hal tersebut disebabkan oleh semakin banyak persaingan sehingga setiap pembisnis catering dituntut perubahan seperti: perubahan cara pikir, cara melakukan pemasaran, tidak hanya fokus ke target penjualan tercapai tetapi juga menarik konsumen serta berhubungan baik dengan konsumen. Pada wilayah Kabupaten Bantul terdapat

catering yang cukup terkenal dengan nama “Catering Griya Aqiqah Al-Laziz”. Catering ini berdiri pada tahun 2015 yang beralamat di Donoloyo Tamanan Banguntapan Bantul. Catering Griya Aqiqah Al – Laziz dikelola sejak tahun 2015 (Amir et al., 2021).

Pemasaran atau marketing merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Amstrong dan Kottler, 1997). Salah satu definisi yang singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Catering di era modern seperti ini sangat atau banyak dibutuhkan orang pada saat ini, karena praktis dan terjangkau (Dilan dan Bonifasius, 2021).

Banyaknya usaha catering bermunculan mengakibatkan masalah yang sering dihadapi oleh para pembisnis dengan kurangnya memperhatikan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang tepat akan membuat bisnis yang berkembang. Ada beberapa area yang harus diperhatikan, seperti menampilkan *brand* (termasuk misi, logo, desain grafik, pedoman, dan lainnya). Membuat rencana pemasaran dengan membuat situs *website* yang responsif dengan *user experince* serta *interface* yang baik. Menentukan jenis kemasan yang digunakan akan berdampak pada kepuasan konsumen karena anda tidak mampu menjaga makanan agar tetap segar dan lezat untuk waktu yang cukup lama (Heru dan Dyah, 2022).

Untuk memuaskan pelanggan, bisnis harus mampu menghasilkan barang berkualitas tinggi. Kualitas produk merupakan masalah penting yang harus

diperhitungkan oleh perusahaan jika mereka ingin memuaskan konsumen mereka. Penilaian kualitas dan pengalaman ketika mengkonsumsi barang atau jasa dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terhadap sebuah produk yang bisa diharapkan dan memenuhi kebutuhannya (Caesar, 2016). Semakin banyak perusahaan menyediakan produk yang berkualitas tinggi maka kepuasan konsumen semakin tinggi, sehingga kualitas produk mempengaruhi aspek kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan (Rosanya dan Yanda, 2023).

Harga yang diberikan sangat berpengaruh besar dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli ke tempat itu lagi untuk kedua kalinya. Harga berkaitan dengan nilai suatu produk yang dijual dengan jumlah uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Ritonga dan fikri, 2018). Banyak konsumen yang menginginkan harga terjangkau dengan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhannya untuk merasakan kepuasan dengan membandingkan harga dari tempat satu dengan yang lain, jika cocok dengan kualitas produk maka konsumen akan membeli ulang produk di Catering Griya Aqiqah Al - Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta (Elvi et al, 2023).

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh faktor promosi. Promosi merupakan faktor penting dalam evaluasi konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Konsumen harus terlebih dahulu mencoba atau menyelidiki produk yang diproduksi perusahaan agar mereka mau berlangganan, tetapi mereka tidak akan melakukannya sampai mereka percaya pada produk tersebut. Semakin baik promosi produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang diharapkan mengakibatkan rendahnya tingkat kepuasan konsumen. Promosi merupakan bentuk usaha dari

suatu pengusaha dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkan (Oentoro, 2012). Oleh karena itu promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi pemasaran yang memegang peranan sangat penting bagi pemasar untuk menyampaikan pesan produk dan jasa ditawarkan (Rosanya dan Yanda, 2023).

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Harapan merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang diterimanya, dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar dari orang lain, atau janji yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Pengalaman yang diperoleh konsumen memiliki kecenderungan untuk menciptakan ekspektasi tertentu yang akan menimbulkan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap perusahaan tersebut. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen kecil, maka kemungkinan konsumen tersebut akan pindah ke produk pesaing (Oliver, 2011).

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Masalah utama dalam penelitian ini dapat dirumuskan untuk mengetahui ada atau tidaknya dampak terhadap kepuasan konsumen dilihat dari variable kualitas produk, harga, dan promosi pada konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Apakah variable kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertimbangan terhadap batasan masalah, maka tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh variable kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari karya ini, diharapkan untuk pengembangan ilmu pemasaran yang telah dipelajari. Khususnya ilmu manajemen pemasaran tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan pada Catering Griya Aqiqah Al – Laziz dalam rangka menentukan strategi pemasarannya mengenai produk dan mengetahui faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam kepuasan konsumen pada Catering Griya Aqiqah Al – Laziz di Daerah Istimewa Yogyakarta.