

BAB I

PENDAHULUAN

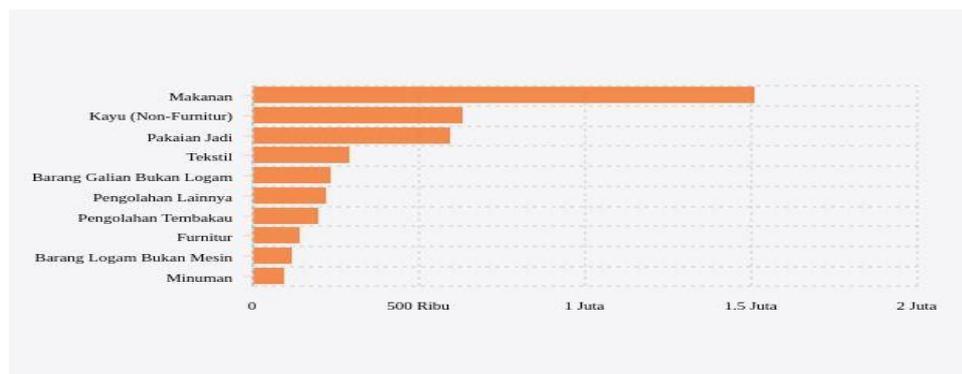
A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, perdagangan telah menjadi fenomena yang perlu ditangani dengan hati-hati. Bersumber dari beberapa faktor yang perlu dimiliki oleh pelaku usaha. Pengaruh bisnis kini sangat sulit untuk dihentikan. Setiap orang ingin mendapatkan keuntungan yang lebih dari bisnis yang sedang dijalan Marena & Kurniawati (2020). Proses tersebut adalah sebuah metode yang digunakan agar dapat memahami perkembangan zaman sebagai kegunaannya. Dalam hal ini, Ketua Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo), Ikhsan Ingratubun mengatakan meskipun Indonesia pernah mengalami masa covid-19, yang menyebabkan para pedagang hampir gulung tikar.

Setiap pelaku usaha waktu itu harus menjadi pedagang yang berkaitan pada kesehatan dan makanan yang aman. Namun hal tersebut tidak membuat pelaku usaha berhenti begitu saja. Setelah melewati masa-masa kritis perekonomian (Kementerian Keuangan Republik Indonesia). Pelaku bisnis memutar otak agar dapat memasuki segmen pasar kembali. Setiap pelaku bisnis mencari informasi tentang apa yang dibutuhkan orang saat ini. Selain itu, pelaku usaha harus beradaptasi dengan tingkat pendapatan setiap individu. Seorang pelaku usaha harus tahu segmen pasar apa saja yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat.

Bisnis yang dijalankan bisa mendapatkan keuntungan dengan memperoleh manfaat dari memahami jumlah harian yang dipegang oleh vendor pesaing dan cakupan pasar (Gramedia Blog). Dengan memahami dasar-dasar bisnis, sebuah perusahaan akan dapat mengidentifikasi secara pasti apa yang membedakan bisnis yang dimiliki dengan pesaing. Bagi pemilik usaha yang baru memulai atau menerapkan rencana strategis bisnisnya. Memperluas pemahaman tentang teknik pemasaran yang lebih canggih dapat membantu bisnis beroperasi dengan lebih mudah dan efisien.

Menurut data yang diperoleh dari Databoks Katadata Media Network 2020, mayoritas usaha atau Industri skala Mikro-Kecil (IMK) Indonesia bergerak di sektor makanan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah IMK sektor makanan mencapai 1,51 juta unit usaha pada tahun 2020.



Sumber : Databoks Katadaka Media Network 2020

Gambar 1.1 10 Sektor Usaha Terbanyak di Indonesia (2020).

Usaha kuliner di Indonesia menjadi salah satu sarana munculnya ikon kepariwisataan suatu daerah yakni wisata kuliner. Keanekaragaman kuliner menjadi salah satu kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia (Badan

Pusat Statistik,2022). Kuliner yang ada di tanah air pun terus berkembang. Mengingat kebutuhan masyarakat yang semakin luas. Membuat pembisnis mempunyai angin segar dalam memanfaatkan keahliannya. Tidak hanya dari segi variasi dan keunikan cita rasa yang perlu diperhatikan. Tetapi kualitas pelayanan yang memadai dan pelayanan yang maksimal juga harus diperhatikan..Pemanfaatan teknologi dalam memperluas jangkauan konsumen serta memberikan pengalaman lebih bagi konsumen dengan memberikan penyajian makanan yang baik dan pelayanan yang dapat diterima baik oleh konsumen.

Untuk memulai, di kota Ngawi usaha kuliner sangat banyak ditemui. Banyaknya rumah makan dengan berbagai konsep dan keunikan yang ditawarkan untuk menarik pengunjung baik dari generasi muda maupun orangtua (Disparpora Kab. Ngawi). Pelanggan usaha kuliner didominasi oleh penduduk sekitar. Mengutip data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Untuk mengembangkan usaha kuliner. Peran pemilik usaha memiliki kontribusi yang signifikan. Tidak hanya memperhatikan dari segi kenyamanan tempat. Seorang pemilik usaha harus selalu berinovasi terhadap produk yang akan dijual melainkan harus juga memperhatikan kualitas yang mereka berikan.

Rumah makan Waroeng semilir yang berdiri sejak 2010 merupakan salah satu rumah makan yang terletak di Jalan Raya Paron- Jogorogo. Rumah makan ini menjual berbagai jenis menu makanan. Menu makanan dan minuman pun juga beranekaragam. Selain menu yang beragam, fasilitas

juga diperhatikan oleh pemilik restoran ini. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang berada dikota ngawi yang mempunyai tema yang sama dan menu hampir sama (Dinas Pariwisata Kabupaten Ngawi). Banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu.

Tabel 1.1 Daftar Pengunjung 5 Rumah Makan di Ngawi.

No	Nama Rumah Makan	Jumlah Pengunjung Pertahun
1.	Waroeng Semilir	18.273
2.	Bale Lohansung	12.798
3.	Dapoer Sangit	9.96
4.	Dapur Bunda	7.531
5.	Dapur Sangit	4.783

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat adanya persaingan bisnis rumah makan di ngawi. Pesaing tersebut mempunyai konsep yang hampir sama dengan rumah makan waroeng semilir. Meskipun konsep, menu dan pelayanan yang ditawarkan hampir sama. Namun dapat dilihat bahwa pengunjung paling tertinggi adalah Waroeng Semilir dengan total 18.273 pengunjung pertahun dan paling rendah ada di Dapor Sangit yaitu 4.783 pengunjung dalam setahun.

Pemilik rumah makan harus bisa berfikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga konsumen dapat puas dengan apa yang diberikan oleh pemilik resto. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi

kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen. Sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan menjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas yang diberikan oleh rumah makan tersebut. Oleh karena itu berhasil atau tidaknya rumah makan tergantung pada kualitas mereka berikan.

Niat membeli Kembali merupakan langkah yang dilakukan konsumen untuk membeli produk yang sama dengan mempertimbangkan pengalaman sebelumnya. Khaddapi et al., (2022), mendefinisikan bahwa niat membeli kembali merupakan hasil yang timbul untuk membeli kembali produk yang disukainya berdasarkan pengalaman sebelumnya. Minat membeli kembali merupakan bagian dari aspek psikologis yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap perilaku dan juga merupakan bagian dari motivasi untuk mengarahkan pada apa yang akan dilakukan. Menurut studi oleh Dewiasih & Nainggolan (2022) dan Awi & Chaipoopirutana (2014), faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli kembali ialah; kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, prefensi merek, kualitas produk, *perceived value*, harga.

Berdasarkan dari faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Membeli Kembali diatas, maka penulis memberikan batasan dalam penelitian yang dilakukan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan yang akan mempengaruhi variabel niat membeli kembali.

Menurut Alvian, (2020); Kotler & Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sejalan bahkan lebih dari apa yang diinginkan pelanggan. Sedangkan menurut Schiffman & Kanuk (2007), kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau fitur pada setiap produk sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Menurut Wood (2009), produk berkualitas tinggi merupakan produk yang mampu unggul bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk-produk berkualitas tinggi ini dapat membantu perusahaan menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama untuk keuntungan yang lebih besar.

Waroeng Semilir memiliki daftar menu makanan dan minuman yang cukup bervariasi. Produk yang tersedia di tempat tersebut menjadi pilihan karena mempunyai citarasa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Tidak hanya citarasa, keunikan inovasi menu makanan juga menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Produk makanan yang dijual juga mempunyai kualitas yang baik dimata konsumen. Makanan yang disajikan juga menggunakan bahan baku yang memiliki kualitas dan kebersihan makanan selalu terjaga. Kemasan yang digunakan untuk penyajian makanan cukup menarik Hal tersebut menimbulkan konsumen merasa percaya akan produk tersebut. Sebuah kualitas produk yang baik akan mempengaruhi konsumen untuk menciptakan niat membeli kembali produk yang ditawarkan pada waroeng semilir.

Hasil penelitian yang mendukung adanya pengaruh kualitas produk terhadap niat membeli kembali yang dilakukan oleh Girsang et al., (2020), menunjukkan bahwa kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Andriana (2023), menunjukkan hasil yang berbeda bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil penelitian yang berbeda tentang pengaruh kualitas produk terhadap niat membeli kembali, hal ini menimbulkan adanya *gap research*.

Kualitas pelayanan sering kali menjadi kunci bisnis. Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat dengan adanya layanan yang baik. Menurut Khaddapi et al., (2022), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan dengan cepat dan tepat waktu. Pelayanan yang baik akan membangun reputasi yang baik di mata pelanggan. Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan membuat perusahaan menarik bagi konsumen..Kualitas pelayanan dalam sebuah bisnis harus selalu ditingkatkan dan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Pelanggan lebih cenderung melakukan pembelian berulang setelah memiliki pengalaman positif dengan layanan sebelumnya.

Kualitas pelayanan yang Waroeng Semilir berikan cukup baik menurut konsumen. Kemudahan dalam memberikan pelayanan yang disediakan juga menambah daya tarik tersendiri. Akurasi dan ketepatan waktu dalam proses penyajian membuat konsumen merasa senang.

Memiliki pelayan yang mempunyai pengetahuan tentang produk dan merapikan area setelah pelanggan lain pergi menciptakan rasa aman dan nyaman bagi para konsumen. Pelayan menyampaikan salam hangat kepada para tamu menjadi pilihan restoran yang baik. Selain Lokasi strategis dan parkir yang luas. Mereka mampu menawarkan layanan yang nyaman dan membuat pelanggan memilih berkunjung lagi dilain waktu. Dengan ini konsumen akan selalu percaya dengan kualitas waroeng semilir berikan. Kemudian knsumen akan memberikan *feedback* dengan menjadi pelanggan tetap waroeng semilir. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang waroeng semilir berikan dapat menciptakan kepuasan konsumen untuk membangun niat membeli kembali.

Hasil penelitian yang mendukung adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat membeli kembali yang dilakukan oleh Dewiasih & Nainggolan (2022), menemukan hasil kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali. Sedangkan Yusuf (2020), menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil penelitian yang berbeda tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kembali, hal ini menimbulkan adanya *gap research*.

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan adanya *gap research*. Maka peneliti memutuskan adanya variabel lain yang dibutuhkan untuk membangun niat membeli kembali, sehingga memilih variabel

kepuasan konsumen. Peneliti menggunakan variabel kepuasan konsumen dikarenakan adanya kesesuaian antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat membeli kembali. Jika semua variabel saling terikat maka akan timbul variabel kepuasan konsumen. Karena kepuasan konsumen berpengaruh terhadap terciptanya niat membeli kembali.

Kepuasan konsumen menurut Tjiptono & Chandra (2011), merupakan evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja produk atau jasa yang dipilih telah memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Jadi, kepuasan pelanggan ini dapat membangun hubungan antara bisnis dan pelanggannya. Kepuasan konsumen salah satu peran penting yang perlu diciptakan guna kesuksesan dalam sebuah bisnis. Ketika pelanggan membandingkan pengalamannya saat membeli barang atau jasa dari penjual dengan ekspektasi pembeli sendiri terhadap barang atau jasa tersebut, maka kepuasan konsumen dapat diukur. Harapan ini terbentuk oleh pengalaman pertama mereka pada saat membeli produk atau layanan, komentar dari teman dan kenalan, informasi yang dibuat oleh pemasar dan pesaing atau berdasarkan informasi lainnya.

Kepuasan konsumen memiliki peran penting demi keberlangsungan usaha. Ketika konsumen percaya terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada di waroeng semilir. Maka konsumen akan melakukan pembelian kembali dikemudian hari. Dengan melihat tingkat kunjungan di waroeng semilir selama setahun. Hal itu menandakan bahwa waroeng semilir berhasil dalam membuat konsumen merasa puas akan kualitas

produk dan pelayanan yang diberikan. Karena Untuk memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan harus memperhatikan segi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Kepuasan konsumen yang diciptakan waroeng semilir dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mereka berikan inilah yang membuat konsumen selalu ingin membeli kembali produk yang mereka jual. Niat membeli kembali muncul akibat adanya kepuasan konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen muncul akibat produk dan pelayanan yang waroeng semilir berikan dapat memenuhi keinginan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Girsang et al., (2020) menemukan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Dewiasih & Nainggolan (2022), menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh waroeng semilir maka akan tinggi tingkat kepuasan konsumen. Jika kepuasan konsumen tinggi maka akan berdampak untuk menciptakan niat membeli kembali oleh konsumen. Hal tersebut didukung oleh penelitian Mensah & Mensah (2018), yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan serta adanya *gap research* yang mendukung peneliti untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam lagi mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat membeli

kembali yang dimediasi oleh kepuasan konsumen, sehingga penulis memutuskan untuk mengambil judul penelitian “ **Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Membeli Kembali Oleh Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Waroeng Semilir Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi)**”.

B. Batasan Masalah

Adanya batasan masalah digunakan untuk membatasi ruang lingkup permasalahan agar penelitian tidak menyimpang jauh dari tujuan penelitian.

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel penelitian hanya menggunakan variabel bebas yaitu :
Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, variabel Niat Membeli Kembali digunakan sebagai variabel terikat. Selanjutnya, Kepuasan Konsumen digunakan sebagai variabel intervening.
2. Objek penelitian yang digunakan adalah semua konsumen Rumah Makan Waroeng Semilir di Kota Ngawi.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap niat membeli kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat membeli kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi ?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Semilir di Kota Ngawi ?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Semilir di Kota Ngawi ?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat membeli kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi ?
6. Apakah kepuasan konsumen dapat memediasi hubungan kualitas produk terhadap niat membeli kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi ?
7. Apakah kepuasan konsumen dapat memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap niat membeli kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap niat membeli kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat membeli kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Semilir di Kota Ngawi
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Semilir di Kota Ngawi

5. Untuk menguji Pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat membeli kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi
6. Untuk menguji Kepuasan konsumen sebagai Variabel Intervening antara Kualitas Produk terhadap Niat Membeli Kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi.
7. Untuk menguji Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening antara Kualitas Pelayanan terhadap Niat Membeli Kembali di Waroeng Semilir di Kota Ngawi.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini di harapkan memberikan kegunaan secara praktis dan kegunaan secara teoritis serta kegunaan bagi peneliti, kegunaan dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis
 - a) Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan serta wawasan yang mendukung pemahaman pemasaran terutama mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian kembali serta kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.
 - b) Memberikan sedikit pemahaman, hasil pemikiran yang berupa penelitian yang dapat membantu penelitian-penelitian dimasa mendatang.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu restoran sebagai bahan pertimbangan, sebagai masukan serta informasi untuk menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan yang semakin baik untuk konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian kembali yang dimediasi kepuasan konsumen.

3. Kegunaan bagi peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan, wawasan serta pengaplikasian ilmu yang udah didapatkan selama menjalani masa perkuliahan terutama pada bidang pemasaran.