

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Shake-Shake adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang industri makanan yang berbahan dasar kentang yang di olah dengan cara digoreng dengan topping tambahan sebuah rasa, varian rasanya ada *BBQ*, *CBBQ*, *CHEESE*, *TRUFFLE*, *SOURCREAM*, *MALA* dan *BATERCORN*. Shake-Shake adalah salah satu usaha yang berkembang sangat pesat dari waktu ke waktu dengan menunjukkan perkembangan melalui cabang-cabang Shake Shake yang saat ini sudah ada kurang lebih 30 cabang di Indonesia. Shake Shake menjadi kebutuhan primer bagi setiap orang yang mengkonsumsi karena menjadi salah satu solusi untuk kebutuhan karbohidrat bagi manusia.

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk yang relatif banyak bahkan bisa bertambah setiap harinya. *Worldometer* merilis data jumlah penduduk Indonesia hingga 25 April 2022 adalah 278.752.361 jiwa. Maka dari itu, perusahaan akan berlomba-lomba untuk masuk kepasar Indonesia karena Indonesia menjadi Negara potensial untuk berbisnis khususnya berbisnis dalam industri makanan yang semakin berkembang pesat dari waktu ke waktu.

Di era globalisasi saat ini, semakin banyaknya usaha yang bergerak dibidang industri makanan sehingga menimbulkan adanya persaingan antar perusahaan satu dengan perusahaan lain. Oleh karena itu perusahaan harus cermat dan bisa menyusun strategi untuk mengambil hati konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang optimal dan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Dengan memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen makan itu menjadi point penting bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Pesaing Shake Shake sendiri adalah Montato (*monstrous long potato*) merupakan jajanan kentang goreng yang sudah dioleh terlebih dahulu dalam bentuk tepung kentang yang nantinya akan diolah kembali oleh karyawannya dan dipasarkan dengan harga yang jauh lebih murah dari Shake Shake. Sehingga banyak orang yang mengira akan lebih untung jika membeli Montato dibandingkan dengan membeli Shake-Shake.

Berbicara tentang kepuasan konsumen, kepuasan konsumen adalah dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi sehingga akan terjadinya pembelian ulang (*repeat order*). Semakin terpenuhinya harapan-harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan bisa setia terhadap suatu produk. Kepuasan konsumen salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tentu hal ini memberikan dampak positif bagi perusahaan dengan meningkatnya penjualan dan keuntungan yang dihasilkan. Namun, untuk mencapai kepuasan konsumen perusahaan harus bisa memperhatikan beberapa faktor pendorong seperti kualitas produk, pelayanan, promosi, harga dan lokasi. Kelima faktor ini akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan jika semuanya berjalan dengan baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Pertama yaitu adanya faktor kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan perlu memberikan produk yang berkualitas tinggi agar bisa memberikan kesan yang baik dan bisa memenuhi apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Akan tetapi di perusahaan Shake Shake masih adanya keluhan mengenai kualitas produk, tekstur kentang yang tidak tahan lama, *packaging* yang tidak menarik dan kualitas rasa yang tidak optimal. Tentu hal itu, menjadi faktor pemicu kurangnya kualitas produk di perusahaan Shake-Shake Aeon sentul.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan. Kualitas pelayanan adalah dimana suatu perusahaan bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Akan tetapi di perusahaan Shake Shake masih adanya keluhan yang dilakukan oleh konsumen mengenai kualitas pelayanan seperti, ketidaksiapan dalam melayani, adanya antrian panjang atau menunggu sampai 30 menit dan keramahan yang masih perlu diperhatikan lagi. Sehingga faktor kualitas pelayanan tidak maksimal karena konsumen tidak merasa puas terhadap pelayanan Shake-Shake.

Semakin tingginya persaingan dalam dunia industri makanan perusahaan harus memiliki strategi yang jitu agar mampu menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang ada. Salah satunya melalui kualitas promosi yang diberikan oleh perusahaan Shake Shake untuk konsumen. Promosi yang menarik tentu akan membuat

pelanggan semakin royal terhadap suatu produk makan dari itu perusahaan Shake Shake harus bisa menciptakan promosi yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen guna menciptakan kepuasan bagi konsumen. Tetapi, masih adanya keluhan yang dilakukan oleh konsumen Shake Shake mengenai promosi. Promosi yang dilakukan dalam waktu tertentu seperti di Hari Raya Idul Fitri, Natal, Imlek dan Ulang Tahun Shake Shake. Promosinya seperti *upsized*, *buy 1 get 1*, dan *free* air kemasan 300ml. Tiga faktor itu konsumen tidak merasa puas jika promosi yang dilakukan dalam waktu tertentu saja.

Selanjutnya yaitu ada faktor harga, harga adalah nilai yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan suatu barang yang diinginkan. Harga menjadi faktor penentu dalam pembelian suatu barang. Seberapapun barangnya jika sesuai dengan kualitas produknya maka konsumen akan tetap membeli produk tersebut dan akan menciptakan kepuasan dihati konsumen. Dengan adanya keluhan yang dilakukan konsumen mengenai harga. konsumen merasa kemahalan dengan harga Shake-Shake sehingga konsumen memutuskan untuk tidak membeli dan harga tidak sesuai dengan kualitas produk.

Terakhir ada faktor lokasi, lokasi salah satu faktor pendorong dalam kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau membuat konsumen tidak perlu mencari dimana dan disebelah mana Shake-Shake berada, sehingga hal itu akan memudahkan konsumen untuk membeli Shake-Shake. Shake-Shake di Aeon Sentul berada di lantai 2, dimana konsumen harus naik 3l untuk membeli Shake Shake tentu hal itu menjadi keluhan konsumen yang sering disampaikan kepada pegawai Shake Shake karena lokasi yang tidak mudah untuk dijangkau. Beberapa hal yang sudah disampaikan diatas tentunya harus diperhatikan oleh pihak perusahaan Shake Shake agar mampu memertahankan dan meningkatkan kinerjanya. Tentu hal itu akan berdampak baik bagi perusahaan dan bisa meningkatkan penjualan dan perusahaan Shake Shake.

Melihat uraian di atas maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Shake-Shake Aeon Sentul)**. Harapannya, dengan penelitian ini maka dapat diketahui berbagai faktor yang

mempengaruhi kepuasan konsumen di Shake-Shake Aeon sentul, sehingga dapat terus dilakukan langkah-langkah perbaikan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan Shake Shake Aeon sentul sehingga tidak membuat pelanggan merasa puas.
2. Ketidaksiapan dalam melayani sehingga kualitas pelayanan kurang maksimal
3. Masih adanya keluhan yang dilakukan pelanggan mengenai kualitas produk di Shake Shake Aeon sentul.
4. Masih adanya pelanggan yang mengeluh karena tingkat kepuasan yang kurang di Shake Shake Aeon sentul
5. Masih adanya keluhan mengenai harga sehingga konsumen tidak merasa puas terhadap produk Shake Shake Aeon sentul
6. Adanya keluhan yang dilakukan konsumen mengenai lokasi yang tidak strategis

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Hasil identifikasi di Shake Shake Aeon Sentul menunjukkan bahwa permasalahan cukup banyak. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalah lebih terarah, oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Shake Shake Aeon Sentul.

## **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut.

1. Apakah secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, harga dan lokasi berpengaruh signifikan kepuasan konsumen Shake-Shake Aeon sentul?

2. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake-Shake Aeon sentul?
3. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake-Shake Aeon sentul?
4. apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake-Shake Aeon sentul?
5. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake-Shake Aeon sentul?
6. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake-Shake Aeon sentul?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, harga dan lokasi berpengaruh signifikan kepuasan konsumen Shake Shake Aeon sentul.
2. Untuk mengetahui secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake Shake Aeon sentul.
3. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake Shake Aeon sentul.
4. Untuk mengetahui secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake Shake Aeon sentul.
5. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake Shake Aeon sentul.
6. Untuk mengetahui secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shake Shake Aeon sentul.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Selaras dengan tujuan penelitian tersebut, kegiatan penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang pengaruh kualitas produk, pelayanan, promosi, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga akan mudah menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian sebelumnya khususnya yang berkaitan dengan masalah kualitas produk, pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi dalam laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika.

#### **BAB II            TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

#### **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

#### **BAB IV          HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

## BAB V        SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.