

BAB I

PENDAHULUAN

I. Latar Belakang

Perkembangan kuliner Medan saat ini berkembang pesat. Hal ini terlihat dari menjamurnya tempat makan, kafe, dan tempat berkumpul, masing-masing dengan ide dan keunggulan khusus. Bisnis kini menghadapi persaingan yang lebih ketat sebagai akibat dari keadaan ini. Untuk menarik pelanggan dan menjaga kelangsungan bisnis mereka, setiap perusahaan harus menawarkan kualitas dan layanan terbaik. Kepuasan pelanggan merupakan komponen penting dalam persaingan ini karena pelanggan yang puas lebih cenderung merekomendasikan dan kembali ke restoran.

Sejumlah variabel, termasuk lokasi, biaya, dan kualitas layanan, dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Layanan yang ramah, sopan, cepat, dan responsif dapat membuat Anda merasa nyaman, itulah sebabnya kualitas layanan sangat penting. Kesan positif dihasilkan dengan memberikan layanan yang sangat baik, yang membuat pelanggan merasa dihargai saat berada di sana. Saat melakukan pembelian, harga merupakan pertimbangan penting lainnya. Jika harganya wajar dibandingkan dengan nilai, kualitas, dan kegunaan produk, pembeli akan merasa senang. Jika harga tampak adil, pelanggan akan lebih cenderung untuk kembali berbelanja.

Lokasi perusahaan juga merupakan pertimbangan penting lainnya. Pelanggan dapat memperoleh manfaat dari lokasi yang nyaman, akses yang mudah, transportasi umum yang memadai, dan tempat parkir yang luas. Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk mengunjungi suatu tempat adalah aksesibilitasnya. Akibatnya, pemilihan lokasi yang ideal dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan minat konsumen.

Khususnya di kalangan anak muda, Hidden Place Medan adalah kedai kopi yang terkenal. Kafe ini merupakan tempat yang disukai untuk berkumpul, bersantai, dan menghabiskan waktu bersama teman dan keluarga karena suasananya yang nyaman dan ramah. Namun, untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan mencegah pelanggan pindah ke tempat lain, Hidden Place Medan harus memperhatikan kualitas layanan, harga, dan lokasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar kuliner.

Deskripsi ini membangkitkan rasa ingin tahu peneliti untuk melakukan penelitian yang diberi nama. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Hidden Place Medan”** untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan.

I.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, berdasarkan uraian latar belakang:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hidden Place Medan?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Hidden Place Medan?
3. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Hidden Place Medan?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan di Hidden Place Medan dipengaruhi oleh kualitas layanan.
2. Untuk mengetahui bagaimana penetapan harga Hidden Place Medan memengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui bagaimana lokasi Hidden Place Medan memengaruhi kepuasan pelanggan.

I.4 Tinjauan Pustaka

I.4.1 Pengertian Tentang Kualitas Pelayanan

Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas layanan sebagai lingkungan, orang, prosedur, dan produk layanan yang dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. (Alya et al., 2023)

I.4.2 Indikator Tentang Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2017) Buatlah lima metrik yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan: Wujud Nyata, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati. (Alya et al., 2023)

I.5 Teori Tentang Harga

I.5.1 Pengertian Tentang Harga

Dalam Keloay dkk. (2019), Menurut Kotler dan Armstrong, penetapan harga adalah proses di mana sebuah perusahaan memutuskan berapa banyak yang harus dikenakan untuk suatu produk atau layanan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang wajar sekaligus tetap memuaskan pelanggan (Pally, 2023)

I.5.2 Indikator Tentang Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2013), ada empat faktor yang menentukan harga: seberapa terjangkau harganya, seberapa baik kesesuaiannya dengan kualitas produk, seberapa baik kesesuaiannya dengan manfaat, dan seberapa kompetitifnya berdasarkan kemampuan konsumen (Alimatus et al., 2023)

I.6 Teori Tentang Lokasi

I.6.1 Pengertian Tentang Lokasi

Salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap tindakan konsumen adalah strategi lokasi, menurut Raharjani (2010: 74); oleh karena itu, perusahaan harus memilih lokasi strategis untuk bisnis mereka di dekat daerah padat penduduk dan kegiatan masyarakat. (Syahidin & Adnan, 2022)

I.6.2 Indikator Tentang Lokasi

Indikator lokasi menurut Kurniawan, 2012:5 meliputi: ketersediaan fasilitas parkir, kepemilikan area yang cukup luas, lokasi pasar yang mudah diakses oleh berbagai moda transportasi, dan posisi yang strategis. (Mone et al., 2023)

I.7 Teori Tentang Kepuasan Pelanggan

I.7.1 Pengertian Tentang Kepuasan Pelanggan

Oliver dkk. (2019) Didefinisikan sebagai tingkat kepuasan suatu produk atau layanan terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan. (Alya et al., 2023)

I.7.2 Indikator Tentang Kepuasan Pelanggan

Rambat Lupiyoadi (2001) Didefinisikan sebagai tingkat kepuasan suatu produk atau layanan terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan. (Bagus et al., 2022)

I.8 Penelitian Terdahulu

Tabel I.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1	Alimatus Satdiah, Elmira Siska, Natal Indra 2023	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Cat De'lucent Paint	Variabel Independen adalah Harga dan Kualitas Produk sedangkan Variabel Dependen Keputusan Pembelian	Harga dan Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Cat De'lucent Paint
2	Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana, Ambar Lukitaningsih 2022	Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan	Variabel Independen adalah Kualitas Layanan dan Kualitas Produk sedangkan Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan	ualitas Layanan dan Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

I. 9 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (Pertiwi, 2021), Kualitas layanan adalah konsekuensi dari kinerja individu terhadap orang lain, yang berbentuk tindakan non-materiil yang tidak mengarah pada perolehan harta benda fisik. Dengan demikian, setiap aktivitas atau tindakan yang diberikan kepada klien yang pada dasarnya non-materiil merupakan bagian dari keunggulan layanan. Kepuasan konsumen tercapai ketika permintaan dipenuhi dengan cara yang sesuai dengan harapan konsumen. (Wijaya et al., 2023)

I.10 Teori Pengaruh Harga Pada Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), harga suatu produk atau jasa adalah jumlah uang yang bersedia dikeluarkan pembeli sebagai imbalan atas keuntungan memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Produk dan jasa dinilai berdasarkan harganya, memungkinkan penjualannya dan menghasilkan keuntungan. (Febriatu & Hadita, 2023)

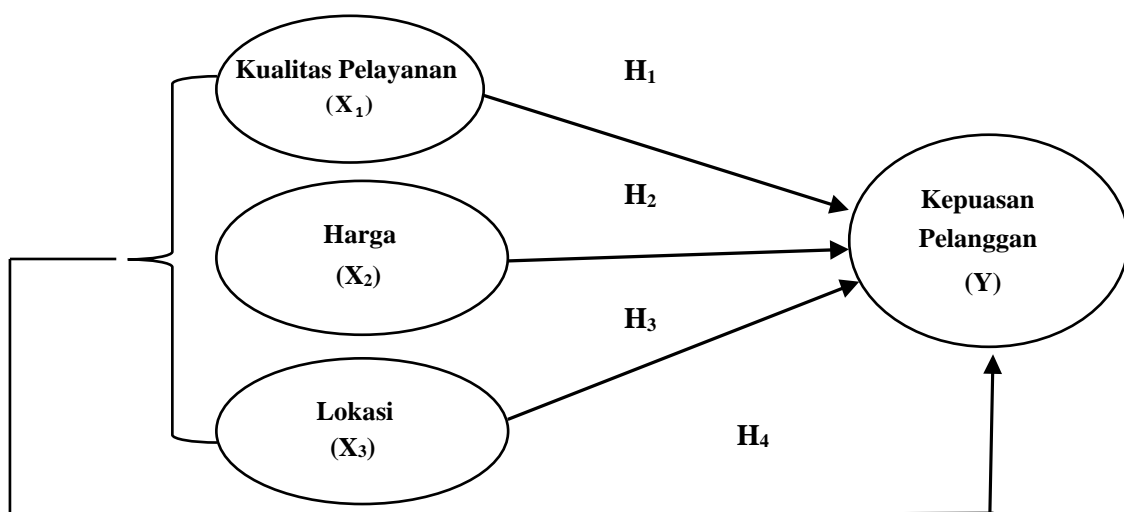
I.11 Teori Pengaruh Lokasi Pada Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Armstrong, sebagaimana dikutip dalam Tombeng dkk. (2019), mendefinisikan lokasi sebagai serangkaian operasi perusahaan yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk-produk tersebut murah dan mudah diakses oleh pasar sasaran, khususnya terkait dengan pengiriman barang atau jasa kepada pelanggan di tempat-tempat yang dipilih secara strategis. Menurut definisi tersebut, lokasi mengacu pada tempat di mana perusahaan melakukan operasi dan memproduksi barang dan jasa; oleh karena itu, pemilihan lokasi perusahaan sangat penting dalam menentukan keberhasilannya. (Pally, 2023)

I.12 Kerangka Konsep Penelitian

Gambar I.1

Kerangka Konseptual



I.13 Hipotesis Penelitian

H₁ : Kualitas Pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Hidden Place Medan

H₂ : Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Hidden Place Medan

H₃ : Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Hidden Place Medan

H₄ : Kualitas Pelanggan, Harga serta Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Hidden Place Medan