

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sushi Tei yakni sebuah restoran populer di Medan ini adanya macam-macam makanan serta minuman berasal Jepang. Selain itu, perabotan-perabotan serta pelayanan yang disediakan oleh restoran ini juga bernuansa Jepang. Outlet Sushi Tei pertama kali diperkenalkannya di Medan ditanggal 05 Januari 2005 dibawah naungan PT. BISA GROUP. Restoran ini berkembang serta memiliki 6 cabang, salah satunya berada di dalam Mall Manhattan Times Square Medan.

Sadar bahwa banyaknya pesaing serupa, restoran ini harus mampu menjaga kepuasan pelanggan dengan fokus dalam kebutuhan pelanggan. Karena restoran yang berorientasi pada pelanggan hendak mampu menciptakan kepuasan kepada pelanggan. Sebab-sebab terdapatnya pengaruh rasa puas customer yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, serta harga.

**Tabel 1.1 Data Kunjungan Pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan
(Januari sampai Desember 2021)**

Bulan	Target (Org)	Realisasi (Org)	Persentase Pencapaian
Januari	2000	810	40.50%
Februari	2000	833	41.65%
Maret	2000	750	37.50%
April	2000	680	34.00%
Mei	2000	665	33.25%
Juni	2000	558	27.90%
Juli	2000	600	30.00%
Agustus	2000	700	35.00%
September	2000	880	44.00%
Oktober	2000	500	25.00%
November	2000	768	38.40%
Desember	2000	800	40.00%

Berdasarkan tabel 1.1 penjualan Sushi Tei Manhattan Medan di atas diketahui bahwa perusahaan enggan terdapatnya target yang sudah ditentukan diperindustrian, dimana pencapaiannya tertinggi hanya ada pada bulan september saja dengan persentase 44,00%. Sedangkan penjualan

terendah ada di bulan Oktober dengan persentase penjualan 25,00%. Dalam tabel tersebut bisa disaksikan bahwasanya Sushi Tei Manhattan Medan masih belum mampu mencapai target penjualan sepanjang Januari 2021-Desember 2021.

Faktor yang menyebabkan target penjualan masih belum tercapai yakni disebabkan oleh kepuasan pelanggan. Semakin puas pelanggan itu, maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk datang kembali serta merekomendasikan ke orang lainnya. Oleh karena itu, manajemen Sushi Tei Manhattan Medan perlu memerhatikan kepuasan pelanggan yang datang.

Adapun sebab adanya proses pengaruh rasa puas pelanggan antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan serta harga produk. Hal ini sejalan dengan pengamatan peneliti di tempat penelitian. Hasil pengamatan menunjukkan kualitas produk Sushi Tei tidak memuaskan pelanggan yakni porsi yang diberikan tidak sesuai harapan pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh pelayan di Sushi Tei juga dikeluhkan pelanggan. Keluhannya yakni terkait lamanya pelanggan menunggu pesannya disediakan. Kemudian faktor harga juga menjadi keluhan pelanggan. Pelanggan menilai harga produk Sushi Tei tidak cocok dengan porsi produk serta lamanya menunggu pesanan. Dari hasil pengamatan peneliti, menunjukkan kualitas produk, kualitas pelayanan serta harga bisa memberi pengaruh rasa puas customer.

Sesuai latar belakang diatas maka peneliti tertarik guna melaksanakan penelitian yang berjudul : “ **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, serta Harga dalam Kepuasan Pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang tersebut, maka masalah yang dirumuskan yakni:

- 1 Bagaimana pengaruh kualitas produk dalam kepuasan pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan?

- 2 Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan?
- 3 Bagaimana pengaruh harga dalam kepuasan pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan?
- 4 Bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, serta harga dalam kepuasan pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dalam penelitian tersebut yakni:

- 1 Guna melakukan uji serta menganalisa pengaruh kualitas produk dalam rasa puas pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan.
- 2 Guna melakukan uji serta menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan.
- 3 Guna melakukan uji serta menganalisa pengaruh harga dalam rasa puas pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan.

1.4 Tinjauan Pustaka

1.4.1 Kepuasan Pelanggan

Pendapat Kotler serta Keller (2009) rasa puas pelanggan yakni perasaan senang ataupun kecewa seorang serta yakni sebuah pengevaluasian komparatif yang terdapat sesudah melakukan perbandingan bersama pendapat dikinerja sebuah produk dalam keinginanya, yang dipaparkan yakni: (1) apabila kualitas kerja adanya dibawah keinginan, maka konsumen menjadi enggan puas. (2) apabila kualitas sama dalam keinginan, maka konsumen hendak puas. (3) apabila kualitas kerja lewat keinginan, maka konsumen hendak begitu puas ataupun begitu senang.

1.4.2 Kualitas Produk

Kualitas produk yakni sebuah sarana positioning utama pemasar, kualitas produk yakni karakteristik yang bergantung dikemampuannya guna memuaskan keperluan konsumen yang diimplikasikan (Kotler serta Armstrong, 2008)

1.4.3 Kualitas Pelayanan

Pendapat Ibrahim dalam Hardiyansyah (2011) kualitas pelayanan yakni sebuah keadaan dinamis yang berikatan dalam produk, jasa, manusia, proses, serta wilayah yangmana pengevaluasian kualitasnya ditetapkan disaat adanya pemberian pelayanan publik tersebut. Dalam terdapatnya pelayanan yang optimal tentunya hendak memberi rasa puas pelanggan.

1.4.4 Harga

Pendapat Kotler serta Armstrong (2012) dalam makna yang sempit harga (price) yakni total ditagihkan disebuah produk ataupun jasa, lebih luas lagi harga yakni total seluruh poin yang diberikan oleh pelanggan guna memperoleh laba dalam adanya ataupun mengenakan sebuah produk ataupun jasa.

1.5 Penelitian Terdahulu

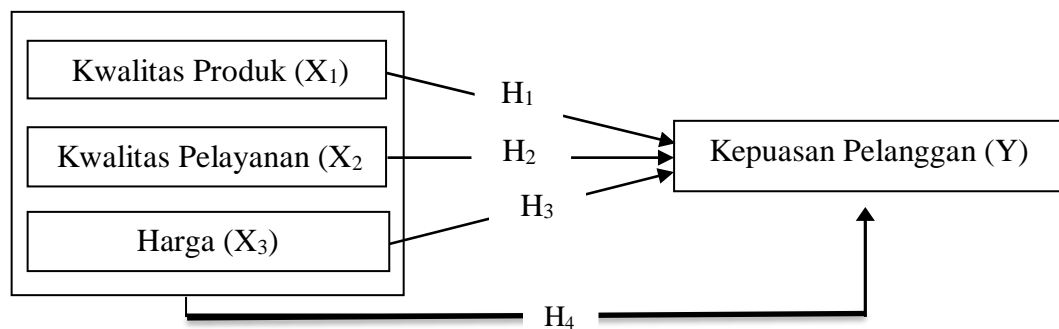
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Fanly Manus serta Bode lumanauw (2015)	Kwalitas produk, harga, serta kwalitas layanan pengaruhnya dikepuasan pelanggan kartu prabayar Tri dikelurahan Wawalintouan Tondano Barat	X_1 = kwalitas Produk X_2 = Harga X_3 = kwalitas layanan Y_1 = Kepuasan pelanggan	Kwalitas produk, harga, serta kwalitas layanan dalam simultan adanya pengaruh dikepuasan pelanggan kartu prabayar Tri
2.	Maslikhatul Aulia (2017)	Pengaruh kwalitas produk, kwalitas pelayanan, serta harga dikepuasan konsumen amanda brownies	X_1 = kwalitas Produk X_2 = kwalitas pelayanan X_3 = Harga Y_1 = rasa puaskonsumen	Variabel kwalitas produk,kwalitas pelayanan, serta harga adanya pengaruh bersama dikepuasan konsumen dioutlet amanda brownies cabang Barata Jaya Surabaya
3.	Johanes GerardoR untunuwu, Sem oroh, Rita Taroreh (2014)	Pengaruh kwalitas produk, harga, serta kwalitas pelayanan Dalam rasa puas pemakai cafe serta resto cabana Manado	X_1 = kwalitas Produk X_2 = Harga X_3 = kwalitas pelayanan Y_1 = Kepuasan Pengguna	Kwalitas pelayanan dikira adanya pengaruh dalam parsial dikepuasan pengguna cafe serta resto cabana Manado

1.6 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yakni sebuah kerangka kerja yang diciptakan lewat tinjauan teoritis memaparkan model ikatan ataupun ketersibambungan variabel-

variabel yang dipakai dikepenelitian, memaparkan dalam teoritis pertautan antar variabel yang hendak diteliti (Sugiyono, 2011).



Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa kualitas produk, pelayanan serta harga adanya pengaruh dikepuasan pelanggan. Produk berkesinambungan dalam rasa. makin cocok rasa produk dikeinginan pelanggan, maka kepuasan pelanggan juga hendak meluas. Pelayanan cepat serta ramah yang diberikan oleh staf perindustrian juga hendak meluaskan rasa puas pelanggan. kemudiannya, harga yang terjangkau juga hendak meluaskan rasa puas pelanggan.

1.7 Hipotesis

Hipotesis pendapat sugiyono (2015) yakni jawaban sementara dirumusan masalah kepenelitian.

H₁: kualitas produk adanya pengaruh signifikan dikepuasan pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan.

H₂: kualitas pelayanan adanya pengaruh signifikan dikepuasan pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan.

H₃: Harga adanya pengaruh signifikan dikepuasan pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan.

H₄: kualitas Produk, Pelayanan, serta Harga adanya pengaruh signifikan dikepuasan pelanggan Sushi Tei Manhattan Medan.