

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia, khususnya di Labuhanbatu Selatan, menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Masyarakat tidak hanya mencari makanan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menuntut pengalaman makan yang memuaskan. Di Tengah persaingan yang ketat, Resto 24 hadir sebagai salah satu tempat makan yang cukup ramai di Labuhanbatu Selatan.

Namun, ramai tidak selalu berarti konsumen puas. Kepuasan konsumen menjadi kunci agar bisnis bisa bertahan jangka Panjang. Dua faktor utama yang sering jadi penentu kepuasan di industri kuliner adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Untuk resto yang menasar segmen Masyarakat muslim seperti di Labuhanbatu Selatan, dimensi pelayanan Islami seperti kejujuran, keramahan sesuai adab, kehalalan, dan tidak ada unsur riba/gharar dalam transaksi menjadi nilai tambah yang penting. Jika kualitas produk buruk atau pelayanan tidak sesuai syarat, konsumen muslim bisa kecewa dan pindah. Karena itu, penting untuk mengkaji apakah kualitas produk dan kalitas pelayanan Islami di resto 24 sudah benar-benar mempengaruhi kepuasan konsumen.

Secara teoritis, kepuasan konsumen menurut Kotler & Keller adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, konsumen puas. (Kotler & Keller, 2016). Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut (Li & Teori, Kepuasan Konsumen, 2016).

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan. Dimensinya meliputi rasa, porsi, tampilan, kebersihan, dan kehalalan. Kualitas produk mencakup seluruh karakteristik yang berasal dari pemasaran, rekayasa, proses pembuatan, hingga pemeliharaan, yang bersama-sama menentukan apakah produk tersebut dapat memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, kualitas produk adalah sekumpulan atribut atau sifat yang dihadirkan dalam produk, baik barang maupun jasa, yang dirancang untuk memenuhi ekspektasi pelanggan (Feingenbaum). Kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kualitas Produk 2014).

Sementara itu, kualitas pelayanan Islami merujuk pada konsep *Islamic service Quality*. Mengembangkan model CARTER yang menambahkan dimensi *Compliance* – kepatuhan terhadap syariat Islam. Prinsipnya mengacu pada Q.S. An- nahl: 90 tentang berbuat adil dan ihsan, serta hadist “Allah menyukai jika seseorang melakukan pekerjaan dengan itqan- profesional”. Pelayanan Islami mencakup: Amanah, tidak menipu timbangan / porsi, ramah, berpakaian sopan, menjaga adab, dan memastikan transaksi halal (Othman & Owen , 2001).

Layanan berkualitas menjadi keharusan yang harus di miliki oleh Perusahaan, pelayanan yang bervariasi dan baik menjadikan meningkatnya jumlah pengunjung atau omset penjualan. Kualitas layanan adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang menyertai produk yang ditawarkan, dengan tujuan utama menciptakan kepuasan. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2014:271), kualitas layanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dan seberapa baik pelayanan tersebut sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, kualitas layanan dapat tercapai melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan dalam penyampaian layanan yang dapat menyesuaikan dengan harapan pelanggan. Allah berfirman dalam Al- Quran :

"وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا تَكْفِ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا"

Artinya: "Sempurnakanlah takaran dan layanan apabila kamu menakar dan layanilah dengan timbangan atau layanan yang benar Itulah yang paling baik dan paling bagus akibatnya. (Q.S. Al-Isra 17: 35)

Tafsir Al- Misbah karya M.Quraish Shihab, Volume 7, halaman 447-448, cetakan Lentera Hati 2002tentang Q.S AL-isra 17: 35

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ: أَتَمُّوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ لِلْمُسْتَرِي، وَلَا تَنْقُصُوا النَّاسَ حُقُوقَهُمْ.

وَالْمُرَادُ بِالْكَيْلِ: الْمِكْيَالُ الَّذِي يُكَالُ بِهِ.

وَزِنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ: أَيُّ بِالْعَدْلِ الَّذِي لَا اغْوَجَاجَ فِيهِ.

ذَلِكَ: أَيُّ الْعَدْلِ فِي الْكَيْلِ وَالْوِزْنِ خَيْرٌ لَكُمْ فِي الدِّينِ وَالْدُنْيَا وَأَحْسَنُ عَاقِبَةً فِي الْآخِرَةِ.

Penjelasan (Tafsir Al-Misbah, M. Quraish Shihab):

"Dan sempurnakanlah layanan takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, atau berikanlah layanan dengan layanan yang terbaik Itulah yang lebih baik bagimu dan lebih baik akibatnya."

Selaras dengan tafsir diatas di kuatkan juga dengan adanya hadist yaitu Di dalam HR. Abu Dawud di katakan:

"مَنْ أَحْسَنَ فِي صُنْعِهِ فَقَدْ أَحْسَنَ لِنَفْسِهِ"

Artinya: Barangsiapa yang memberikan pelayanan yang baik, maka Allah akan memberikan pelayanan yang baik kepadanya." (HR. Abu Daud)

Hadist di atas penulis memahami bahwa dalam memberikan layanan barang maupun jasa dari usaha yang dijalankan jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Untuk menciptakan keinginan dan harapan konsumen (kepuasan konsumen) maka pelayanan perlu ditingkatkan dengan baik (*Irsan Maulana*, 2016).

Kualitas layanan dan produk yang baik menjadi sesuatu keharusan yang perlu diciptakan agar masyarakat merasa puas dalam melakukan jual beli. Kualitas layanan adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang menyertai produk yang ditawarkan, dengan tujuan utama menciptakan kepuasan. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2014:271), kualitas layanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dan seberapa baik pelayanan tersebut sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, kualitas layanan dapat tercapai melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan dalam penyampaian layanan yang dapat menyesuaikan dengan harapan pelanggan. (Jne & Pandaan, n.d.).

Secara umum organisasi baik yang bersifat profit oriented dan non profit mengupayakan layanan dan kualitas produk yang terbaik terhadap konsumen. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga kepercayaan konsumen sehingga terjadi peningkatan. Banyak penelitian sebelumnya telah

mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya berkaitan dengan kualitas produk dan kualitas layanan. Namun, hasil-hasil yang diperoleh bervariasi antara satu penelitian dengan yang lain. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Basith (2014) dan Sembiring (2014) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Saat ini banyak industri yang diminati oleh masyarakat salah satunya adalah Resto 24 Labuhan Batu Selatan yang menjadi favorit disana, restoran ini adalah sebuah industri kuliner yang berdiri pada tahun 2020, terletak di Desa Hajoran, Labuhanbatu Selatan, Sumatera Utara. Resto 24 ini merupakan restoran yang banyak dikunjungi masyarakat karena menu yang disajikan di gemari masyarakat yang telah menjadi pelanggan atau calon pelanggan.

Nama 24 diambil dari tanggal lahir owner resto yg bertepatan pada tanggal 24 dan bersamaan dengan tanggal lahir suami dari owner resto tersebut, sehingga memantapkan nama usahanya dengan nama Resto 24 Labuhan Batu Selatan, uniknya Resto 24 ini banyak dikunjungi oleh masyarakat karena memiliki fasilitas yang disediakan membuat pengunjung nyaman berada disana, bergerak dalam bidang makanan dan minuman untuk semua kalangan masyarakat dan nongkrong bagi pemuda. Pada Resto 24 Labuhan batu selatan memiliki konsep yg menarik dan keunikan berupa alam yang tenang dan memiliki beberapa fasilitas seperti ruangan lantai 1 dan 2, *free wifi*, *live music*, kamar mandi yang bersih (*indoor*), musholla yang nyaman juga disertai kolam

ikan hias yang indah yg terletak pada ruang tengah restoran, restoran ini buka pada jam 10: 00 – 22: 00 WIB, sehingga membuat konsumen menjadikan resto 24 sebagai solusi tempat makan dan nongkrong pada jam jam makan. Restaurant ini sangat cocok untuk tempat makan disaat berkumpul dengan keluarga juga nongkrong bagi anak muda.

Resto 24 yang memiliki pesaing dengan beberapa resto dan café yang ada di daerah Labuhan Batu Selatan, contohnya 75 Cafe & Resto dan café pemuda , 75 Resto & Café memiliki beberapa kesamaan dari segi bangunan bahkan pilihan menu dan tempat yang strategis tepat di seberang jalan raya Labuhan Batu Selatan, tetapi setiap perusahaan memiliki keunggulan nya masing masing , di resto 24 memiliki dan menawarkan harga menu menu yang lezat murah atau terjangkau di banding 75 Café & Resto, dengan harga yang murah tetapi rasanya sangat lezat, meskipun masih terdapat di Labuhan Batu Selatan tetapi jarak antara Resto 24 dengan 75 Cafe & Resto cukup jauh sehingga persaingan diantaranya tidak terlalu terlihat. Sedangkan café seperti Cafe Pemuda, café ini juga menawarkan banyak menu dan tempat yang bagus tetapi dari segi tempat dan bangunan sedikit lebih kecil di bandingkan Resto 24.

Berdasarkan hasil observasi awal yang penulis lakukan di temukan bahwa kualitas produk yang diberikan Resto 24 yaitu yang pertama, makanan dan minuman yg di sajikan itu makanan yg bermutu dan terjamin terutama makanan yg sesuai dengan syariat islam, Resto 24 memiliki berbagai makanan

dan minuman serta *dessert*. Kualitas produk yang dijual harus senantiasa dijaga untuk tetap mampu bersaing dalam pasar yang sangat ketat. Hal ini menjadi tanggung jawab utama bagi pemilik usaha yang dikelola. Agar sebuah bisnis dapat bertahan, penting untuk memikirkan cara-cara yang efektif untuk berkompetisi. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan.

Kualitas produk mencakup seluruh karakteristik yang berasal dari pemasaran, rekayasa, proses pembuatan, hingga pemeliharaan, yang bersama-sama menentukan apakah produk tersebut dapat memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, kualitas produk adalah sekumpulan atribut atau sifat yang dihadirkan dalam produk, baik barang maupun jasa, yang dirancang untuk memenuhi ekspektasi pelanggan (Feingenbaum). Kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kualitas Produk 2014).

Kepuasan pelanggan merupakan keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan terpenuhi. Ketika kepuasan ini tercapai, pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang atau menjadi setia pada merek tersebut. Bagi para pelaku bisnis, kepuasan pelanggan sangat penting untuk memastikan kelangsungan usaha dalam jangka panjang, karena kunci utama dalam mempertahankan pelanggan adalah kepuasan itu sendiri. Selain kualitas pelayanan, ada berbagai

faktor lain yang juga berperan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Jika sebuah perusahaan mampu menyajikan produk dan layanan yang berkualitas, maka hal ini akan menimbulkan kepuasan di kalangan konsumen. Kesempatan ini bisa membuat produk atau jasa tersebut menjadi rekomendasi dari konsumen itu sendiri.

Untuk mencapai kualitas produk dan kualitas Layanan tersebut memiliki dimensi pengukuran yang terdiri dari indikator sebagai berikut: Menurut Tjiptono (2014:282), kualitas pelayanan dapat dievaluasi melalui beberapa aspek penting.

1. keandalan (*reliability*), yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan cepat.
2. Selanjutnya, daya tanggap (*responsiveness*) berkaitan dengan keinginan staf untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang responsif.
3. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan kepercayaan yang dimiliki oleh staf, memastikan bahwa layanan yang diberikan bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan. Kemudian,
4. empati (*empathy*) berhubungan dengan kemampuan untuk menjalin hubungan yang baik, komunikasi yang efektif, perhatian pribadi, serta pemahaman terhadap kebutuhan konsumen.

5. Terakhir, tampilan fisik (*tangible*) mencerminkan fasilitas fisik, perlengkapan staf, dan sarana komunikasi yang disediakan oleh perusahaan bagi konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, sudah dijelaskan bahwa sekarang ini sudah banyak ditemukan restoran yang menjadi tempat favorite bagi masyarakat untuk menikmati makanan dan minuman, Resto 24 menjadi salah satunya, Setelah melakukan wawancara dengan pengunjung Resto 24 Marsya lina Tanjung, beliau menjelaskan bahwa beliau sering makan dan nongkrong di Resto 24. Pengunjung tersebut mengeluh terkait dengan kualitas pelayanan yg ada pada Resto 24 salah satunya makanan atau minuman yang sering terlambat datang atau lama, padahal informasi yang penulis dapatkan dari owner Resto 24 jumlah pelayan tetap di restoran itu berkisaran 25 orang, pengunjung lama menunggu terkadang dikarenakan banyaknya pengunjung dan dikarekana menu - menu yang di pesan baru saja di masak pada saat pengunjung memesan tetapi itu tidak membuat pengunjung bosan karena menu yang dinantikan sangat lezat, sembari menunggu pesanan pengunjung juga bisa menikmati fasilitas yang unik.

Berdasarkan hasil data yang di dapatkan dari owner Resto 24, bahwa pola kedatangan pengunjung tidak tetap bervariasi per jam dan perharinya pengunjung yang datang tetap rata-rata berkisaran 30-50 lebih, tetapi beberapa waktu pengunjung bisa meledak atau sangat banyak seperti pada acara perkumpulan keluarga atau anak muda yang nongkrong atau pada saat bulan

puasa di karenakan banyaknya pengunjung yang memilih berbuka puasa bersama di sana yaitu berkisaran rata-rata 100 lebih. Dari rata-rata banyaknya pengunjung yang datang ke Resto 24 owner memiliki pendapatan atau omset berkisaran Rp. 3.000.000 – Rp. 7.000.000 per harinya

Dari penjelasan dan data di atas membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai hubungan pelayanan dengan kepuasan para konsumennya, yang kemudian penulis tertarik untuk mengadakan penelitian ini dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Resto 24 Labuhan Batu Selatan “**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan penjelasan mendalam mengenai identifikasi suatu masalah. Ini adalah sebuah pertanyaan yang lengkap dan terperinci yang menggambarkan ruang lingkup dari masalah yang sedang diteliti berdasarkan hasil identifikasi tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: **“Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Resto 24, Labuhan Batu Selatan”?**

C. Batasan Masalah

Agar penulisan ini lebih terarah dan sesuai dengan perumusan masalah yang telah diajukan, penulis akan membatasi fokus penelitian pada masalah-masalah berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Resto 24 Labuhan Batu Selatan
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Resto 24 Labuhan Batu Selatan
3. kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Resto 24 Labuhan Batu Selatan.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan hasil dari suatu kajian melalui proses pencarian, penemuan, pengembangan, dan pengujian pengetahuan. Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki tujuan yang jelas, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Resto 24 Labuhan Batu Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Resto 24 Labuhan Batu Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Resto 24 Labuhan Batu Selatan.

E. Manfaat Penelitian

Setiap aktivitas yang dilakukan oleh manusia dengan baik dan terencana tentunya akan memiliki manfaat dan tujuan yang jelas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna untuk:

1. Kegunaan Akademis

- a. Penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN IB Padang.
- b. Sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Sosioal (S. sos) pada jurusan Manajemen Dakwah (MD)

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi lembaga untuk lebih mengoptimalkan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat khususnya kepada keluarga dan anak muda.

c. Bagi Peneliti yang akan datang

Dapat bermanfaat bagi penelitian serta para pembaca dan mahasiswa di Jurusan Manajemen Dakwah.

F . Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya pembahasan diatas, maka dalam menyusun proposal skripsi penulis membuat sistematika penulisan yang terdiri dari:

BAB 1 : Berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan judul dan sistematika penulisan.

BAB II : Berisi landasan teori yang berisi tentang teori gaya kepemimpinan, teori motivasi kerja, teori lingkungan kerja, dan kinerja pegawai, kerangka konseptual, pengajuan hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III : Terdiri dari metode penelitian yang memuat metode dan jenis penelitian, tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, definisi operasional, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : Merupakan uraian hasil penelitian yang berisi gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi data, analisis data (pengujian hipotesis), dan pembahasan atau interpretasi atas angka statistik.

BAB V : Penutup yang berisi kesimpulan dari seluruh uraian bab terdahulu dan saran yang bisa menunjang peningkatan dari permasalahan yang dilakukan.