

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dewasa ini dunia usaha berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan oleh adanya ide yang semakin kreatif dan inovatif yang didukung dengan berbagai kemajuan teknologi. Seiring dengan ide tersebut tujuan pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai di fokuskan pada pemuasan kebutuhan konsumen.

Pada umumnya setiap usaha mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Sebaiknya harus di pikirkan terlebih dahulu, agar sasaran pemasaran mencapai tujuan yang tepat. Karena tidak sedikit pembeli potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya kualitas produk, kepuasan konsumen serta fasilitas yang ada sebelum memilih tempat makan yang dapat memberikan kepuasan tertinggi terhadap konsumen.

Saat ini persaingan bisnis dalam industri makanan dan minuman sangat tajam. Makanan dengan berbagai bentuk dan rasa banyak di minati dan telah dijadikan sebagai sarana usaha untuk mencari penghasilan. Berbagai jenis bentuk dan rasa makanan telah banyak ditawarkan oleh para pelaku ekonomi yang bergerak dalam bisnis kuliner. Hanya perusahaan yang bisa terus meningkatkan kualitas produk dan jasa saja yang mampu bertahan. Apapun dilakukan oleh suatu perusahaan untuk bisa terus meningkatkan kualitas produk makanan yang mampu membuat perusahaan bisa terus bertahan.

Seharusnya yang menjadi fokus utama perusahaan adalah konsumennya sendiri. Perusahaan harus tahu apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara membuat mereka menjadi puas. Jika konsumen tidak puas maka konsumen akan meninggalkan perusahaan dan berpindah pada pesaing perusahaan. Hal ini dapat menyebabkan kerugian yang besar bagi perusahaan. Dengan demikian perusahaan harus mampu mengetahui atribut-atribut apa saja yang dapat memuaskan atau yang tidak dapat memuaskan konsumen.

Menurut (Dutka, 1994) terdapat atribut-atribut pembentuk kepuasan diantaranya adalah *attributes related to the products*, *attributes related to the servise*, dan *attributes related to the purchase*. Penggunaan atribut-atribut tersebut menunjukkan penilaian pelanggan terhadap suatu produk di tinjau dari persepsi pelanggan.

*Attributes related to the products* (atribut produk), yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh badan usaha. Atribut yang berkaitan dengan produk tersebut meliputi *value-price relationships*, *product quality*, *product benefit*, *product feature*, *product design*, *product reliability and consistency*, and *range a product or servise*.

*Attributes related to the servise* (atribut layanan), yaitu atribut- atribut yang berkaitan dengan layanan yang diberikan oleh badan usaha. Atribut yang berkaitan dengan layanan meliputi *guarantee*, *delivery*, *complaint handling*, dan *resolution of problem*.

*Atrrrributes related to the purchase* (atribut pembelian), yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan pembelian. Atribut yang berkaitan dengan

pembelian meliputi *communication, courtesy, ease or convenience acquisition, company reputation, and company competence*.

Tercapainya kepuasan konsumen merupakan tujuan utama bagi perusahaan selain mencari keuntungan. Dengan memberikan kepuasan pada konsumen, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kuantitas frekuensi pembelian.

Salah satu usaha yang berhasil menggaet pasar sasarannya yaitu “*Waroeng Steak And Shake*”. Usaha yang didirikan oleh pasangan Jody Brotosuseno dan Siti Hariyani ini berkembang cepat dan menyalip para pemain lain yang memang menjamur di Kota Gudeg beberapa tahun terakhir. Warung yang membidik mahasiswa sebagai target pasarnya ini selalu dipenuhi pengunjung, sehingga *steak* atau yang populer disebut bistik oleh orang Indonesia kini tidak lagi menjadi makanan langka. Para penggemar daging yang dipanggang ini bisa mendapatinya di mana saja, dengan harga yang bervariasi. Menu utama yang ditawarkan sesuai dengan namanya yaitu *steak*. *Steak* telah menjadi gaya hidup bagi berbagai kalangan, berbagai golongan usia dan tingkat sosial, bahkan telah menjadi alternatif makanan pokok. *Steak* sangat di gemari masyarakat dan bukan makanan musiman. Penggemar *steak* selalu meningkat dari waktu ke waktu, terbukti dengan semakin banyak restoran dengan menu utama *steak* yang beredar di dunia usaha saat ini.

Terobosan yang dilakukan *Waroeng Steak And Shake* dengan memperkenalkan *steak* kepada masyarakat Jogja yang pada umumnya belum mengenalnya secara populer cukup berhasil. Harga yang relative terjangkau,

namun tetap mempertahankan cita rasa khas yang tidak dimiliki oleh tempat lain merupakan salah satu faktor yang mendorong keberhasilan tersebut. Semua kalangan masyarakat baik anak-anak, siswa, mahasiswa, eksekutif muda dan bahkan orangtua sekalipun dapat menikmati sajian *steak* spesial khas *Waroeng Steak And Shake* ini.

Berdasarkan realita diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan Dan Atribut Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Waroeng Steak And Shake Di Kota Yogyakarta**”. Adapun penelitian ini merupakan replikasi dari (Petra Surya Mega Wijaya dan Debora S. Suradal, 2009) yang menganalisis tentang **Pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan Dan Atribut Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen BEE’S Family Restodi Galeria Mall**”. Penelitian tersebut mengukur kepuasan dengan variable atribut produk, atribut layanan, atribut pembelian. Hasil penelitiannya menunjukkan penilaian yang baik dan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian terhadap kepuasan konsumen BEE’S Family Resto.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah atribut produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Waroeng Steak And Shake* di kota Yogyakarta?
2. Apakah atribut layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Waroeng Steak And Shake* di kota Yogyakarta?

3. Apakah atribut pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Waroeng Steak And Shake* di kota Yogyakarta?
4. Apakah atribut produk, atribut layanan dan atribut pembelian bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Waroeng Steak And Shake* di kota Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen *Waroeng Steak And Shake* di kota Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh atribut layanan terhadap kepuasan konsumen *Waroeng Steak And Shake* di kota Yogyakarta .
3. Menganalisis pengaruh atribut pembelian terhadap kepuasan konsumen *Waroeng Steak And Shake* di kota Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh atribut produk, atribut layanan dan atribut pembelian bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Waroeng Steak And Shake* di kota Yogyakarta.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis, menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan dibidang pemasaran khususnya tentang atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen dan dapat digunakan sebagai bahan

pembandingan dalam kepustakaan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian khususnya tentang atribut kepuasan konsumen.

2. Manfaat praktis, berguna untuk memberikan informasi pada *Waroeng Steak And Shake* di Yogyakarta sebagai bahan pertimbangan untuk menjaga kualitas dan strategi bisnis dalam dunia usaha bidang kuliner dalam bidang *Steak and Shake* khususnya di Yogyakarta.