

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha makanan di Kota Poso sedang mengalami perkembangan yang relatif pesat. Perkembangan yang pesat ini menyebabkan semakin banyak orang tertarik untuk menjalankan usaha seperti kedai makanan. Meningkatnya jumlah usaha makanan akan meningkatkan tingkat persaingan diantara kedai makanan, khususnya kedai makanan yang menghadirkan produk kuliner yang sejenis.

Persaingan dalam segala bidang mendorong masyarakat untuk giat dalam mendapatkan penghasilan. Selain menjadi pegawai atau karyawan di suatu institusi, masyarakat saat ini mulai mencoba menjalankan usaha di berbagai hal seperti menjual pakaian, asesoris wanita, sepatu, hingga makanan.

Salah satu usaha yang ada dikota Poso yaitu Kebab Matu. Makanan khas Timur Tengah ini mulai menarik perhatian masyarakat dari berbagai kalangan, produk makanan yang terdiri dari kebab kentang, burger, kebab sapi, kebab ayam, roti gosong, burger ayam krispy, dan canai sandwich.

Usaha Kebab Matu mulai didirikan pada tahun 2018 yang bertempat di Jalan Pulau Seram kelurahan Gebangrejo Kabupaten Poso, dengan varian rasa Daging sapi dan Daging Ayam yang terus berkembang hingga tahun ini. dengan beberapa daftar menu baru yaitu *hotdog* ayam/sapi, *spaghetti bolognese* sapi, dan roti kukus *mozarella* yang disajikan oleh Kebab Matu Poso.

Usaha kedai makanan tentunya tidak lepas dari persaingan, oleh karena itu pemilik kedai makanan harus mampu mengelola dan menganalisis agar usahanya dapat berkembang dan menguntungkan. Dengan demikian melalui analisis pendapatan dapat diketahui seberapa besar penerimaan yang dihasilkan dan keuntungan usaha yang didapatkan oleh pemilik kedai makanan dalam menjalankan usahanya sesuai kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2007) memberikan definisi atau pengertian kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) sebagai fungsi dari seberapa sesuainya harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut. Pelanggan akan merasa puas jika harapan dan kenyataannya terpenuhi sesuai dengan keinginannya misalnya pelanggan merasa puas karena memakan Kebab yang enak sesuai dengan harapannya.

Kepuasan pelanggan merupakan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harga lebih murah, penyerahan produk lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya (Supranto, 2011).

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba bahkan kerugian.

Tjiptono (2012), kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan harapan. Terpenuhinya kepuasan pelanggan secara baik sesuai dengan harapan akan memberikan pengaruh yang baik terhadap usaha Kebab Matu yang

tidak terlepas dari strategi rasa yang digunakan dan variasi produk yang diberikan oleh Kebab Matu itu sendiri.

Hasan (2009) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Pengusaha Kebab Matu selalu berusaha untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya karena memberi kepuasan kepada pelanggan sama artinya dengan mempertahankan bahkan meningkatkan usaha itu sendiri. Dengan memberi kepuasan kepada pelanggan maka pelanggan cenderung menjadi loyal, dan bahkan mengajak orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang telah memberi kepuasan kepadanya. dari beberapa definisi diatas dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif yang berhubungan dengan produk atau jasa yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan sesuai cita rasa dan variasi produk.

Drummond KE dan Brefere LM (2010) mendefinisikan bahwa cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut.

Suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu yang sangat berperan penting dalam sebuah pengusaha makanan dikarenakan rasa yang khas pada pengusaha makan akan menjadi ciri tersendiri bagi pelanggan atau konsumen.

Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran. Rasa sendiri

merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa. (Anonim, 2011).

Konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan pasti lebih mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan agar dikenal oleh masyarakat luas. Perilaku konsumen dalam menikmati segala apa yang dikonsumsi pasti yang pertama menilai dari rasa makanan yang akan di makan yaitu cita rasa. Cita rasa yang tinggi membuat seseorang bisa menilai rasa dari makan tersebut layak di konsumsi atau tidak.

Menurut Indrasari (2017) kepuasan pelanggan didasarkan pada cita rasa berpengaruh positif. karena semakin berbagai cita rasa yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dimiliki atau dirasakan oleh pelanggan. Disamping cita rasa yang mendasari seseorang mendapatkan kepuasan pelanggan yaitu variasi produk.

Spark dan legaul (2005) variasi produk merupakan jenis atau macam produk yang tersedia. Produk atau menu yang disediakan Kebab Matu Poso bermacam-macam sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2012) Mendefinisikan variasi produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau di konsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Variasi produk atau keanekaragaman produk bukan hal yang baru dalam dunia pemasaran, dimana Kebab Matu harus memperhatikan bau, rasa, tekstur agar

pembeli merasa puas dengan produk dan menjadi pelanggan loyal yang dapat menarik pelanggan baru.

Kotler (2009) mendefinisikan variasi produk sebagai unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau suatu ciri lain. Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual disuatu tempat maka pelanggan akan merasa puas dan melakukan pembelian pada produk tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian produk lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa variasi produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Variasi produk cocok dipilih apabila perusahaan bermaksud memanfaatkan fleksibilitas produk sebagai strategi bersaing dengan para produsen misal produk *standard*.

Indrasari (2017) kepuasan pelanggan didasarkan variasi produk berpengaruh positif, yang artinya semakin beragam variasi dari produk tersebut maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan sesuai merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri.

Dengan melihat beberapa aspek peneliti ingin mengkaji cita rasa mempengaruhi bau yang dihasilkan makanan enak dihirup. Rasa makanan sangatlah enak sehingga pelanggan merasa puas membeli dikedai Kebab Matu Poso. Tekstur makanan terjamin lembut dan fresh, Selanjutnya variasi produk memiliki porsi atau tampilan makanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Soal harga makanan dapat dijangkau dikalangan masyarakat Sehingga mencapai kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso yang membuat pelanggan tertarik.

Menurut Indrasari (2017) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan nilai gizi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Cita rasa, Nilai gizi dan variasi produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang serta penelitian empiris dan fenomena dalam mengkaji penelitian ini, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kebab Matu Poso”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini :

- 1.2.1. Apakah Cita rasa dan variasi produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso.
- 1.2.2. Apakah Cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso.
- 1.2.3. Apakah Variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu :

- 1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan variasi produk berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso.

- 1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso.
- 1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kebab Matu Poso.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu sebagai berikut :

- 1.4.1. Dalam penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pelayanan pada Kebab Matu Poso.
- 1.4.2. Bagi pembaca penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan yang sangat di butuhkan dalam dunia bisnis khususnya kebab dan sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat masalah yang sama.
- 1.4.3. Bagi penulis sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso.