

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, aktivitas masyarakat di perkotaan semakin padat. Padatnya aktivitas masyarakat ini, membuat masyarakat membutuhkan *refreshing* untuk melepas kepenatan dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan selama ini. Salah satu hal yang dapat dilakukan dalam melepas kepenatan tersebut yaitu seperti berkumpul bersama teman-teman atau keluarga di cafe atau kedai. Perkembangan zaman tersebut tidak hanya membuat perubahan pada aktivitas masyarakat, tetapi juga mengubah gaya hidup masyarakat yang saat ini mulai menyukai jajanan khas Bandung yaitu seblak.

Pada saat sekarang ini, seblak dengan ciri khasnya yang pedas dapat diolah menjadi berbagai jenis varian yang dapat dinikmati sambil bersantai ria dengan teman-teman ataupun keluarga. Adanya fenomena seblak ini memunculkan ide bagi para pebisnis untuk mendirikan sebuah usaha kuliner yang berorientasi pada kedai seblak. Semakin dikenalnya seblak dikalangan warga kota Serang, membuat para pebisnis seblak

berlomba-lomba untuk memberikan perbedaan antara seblak yang dijual oleh pebisnis satu dengan pebisnis lainnya. Cita rasa dan inovasi produk adalah salah satu cara pebisnis untuk menarik minat para pelanggan. Namun hal ini tentu ada konsekuensinya yang dimana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pada umumnya, dalam mengolah makanan pebisnis harus bisa menghasilkan produk yang berkualitas. Menurut Wahidah “kualitas makanan adalah keseluruhan sifat-sifat dari makanan tersebut yang berpengaruh terhadap konsumen”.¹ Begitupun dengan kepuasan pelanggan, hal ini merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan usaha terutama di usaha kuliner, karena dari rasa kepuasan pelangganlah yang membuat usaha kuliner tersebut menjadi laris manis. Mengenai kepuasan pelanggan, menurut Mowen dan Minor “kepuasan pelanggan adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya”.² Sedangkan menurut Kotler kepuasan

¹ Wahidah, N. 2010. *Komponen-Komponen yang Mempengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan*, h. 56.

² John C Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 89.

pelanggan adalah “*satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s perceived performance in relation to his or her expectation*”. (Kepuasan adalah perasaan seseorang tentang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya).³

Kedai seblak yang paling terkenal di Kota Serang dan selalu didatangi oleh pembeli adalah kedai Seblak Metty Komala. Hal ini disebabkan karena cita rasa yang sangat memukai dan menggoda lidah para penikmat seblak. Selain cita rasa, variasi produk di Seblak Metty Komala sangat bervariasi, karena menu-menunya yang berbeda dari kedai seblak lain, dan di kedai Seblak Metty Komala terdapat menu paket seperti:

1. Seblak mix dua macam
2. Seblak mix tiga macam
3. Seblak mix empat macam
4. Seblak mix lima macam

³ Philip Kotler, et al. *Marketing Management: An Asian Perspective*, Fifth Edition (Jurong: Pearson Education South Asia, 2009), h.136.

selain itu ada pula menu seblak ceker seperti:

1. Ceker mix satu macam
2. Ceker mix dua macam
3. Ceker mix tiga macam
4. Ceker mix empat macam

variasi menu mix ini merupakan paket hemat yang dimana isi seblaknya dapat bermacam macam dengan harga yang jauh lebih murah dibanding beli seblak yang hanya satu macam saja. Maka dari itu, cita rasa dan inovasi produk di kedai Seblak Metty Komala sangat memberi kepuasan tersendiri untuk pelanggan sehingga pelanggan enggan untuk berpindah ketempat yang lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENTINGNYA BERBISNIS SECARA SYARIAH SERTA PENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi di Cafe Seblak Metty Komala, Serang)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang berhubungan dengan Pengaruh

Cita Rasa dan Inovasi Produk Seblak Metty Komala terhadap kepuasan pelanggan. Adapun identifikasi masalah diantaranya sebagai berikut:

1. Terjadi antrian pembeli/konsumen, seblak metty.
2. Banyaknya Inovasi rasa dari produk seblak.
3. Singkatnya waktu buka kedai.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, maka diperlukan dengan adanya batasan masalah. Batasan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi lebih jelas dan tidak menyimpang terlalu jauh, maka penulis membatasi pada:

1. Pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah pelanggan kedai Seblak Metty Komala.

D. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, dan berdasarkan latar belakang diatas,

dapat diketahui pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Seblak Metty Komala?
2. Apakah inovasi produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Cafe Seblak Metty Komala?
3. Seberapa besar hubungan cita rasa dan inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Seblak Metty Komala?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka muncul tiga pokok permasalahan yang berkaitan dengan masalah Pengaruh Cita Rasa dan Inovasi Produk Seblak Metty Komala terhadap kepuasan pelanggan (Studi di kedai Seblak Metty Komala, Serang), yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan cita rasa dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya yaitu:

1. Bagi Mahasiswa

Bagi penulis, sebagai pembelajaran dan menambah wawasan, pemahaman dan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh cita rasa dan inovasi produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S.E) di Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanudin Banten.

2. Bagi Pembaca

Dari penelitian ini penulis berharap dapat memberikan informasi tambahan dan masukan yang bermanfaat, khususnya bagi rekan-rekan mahasiswa yang melakukan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang dibahas oleh penulis.

3. Bagi Perusahaan (kedai)

Dari penelitian ini dimaksudkan agar pemilik cafe lebih memperhatikan terhadap cita rasa dan inovasi produknya sebagai faktor-faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

4. Bagi Dunia Pustaka

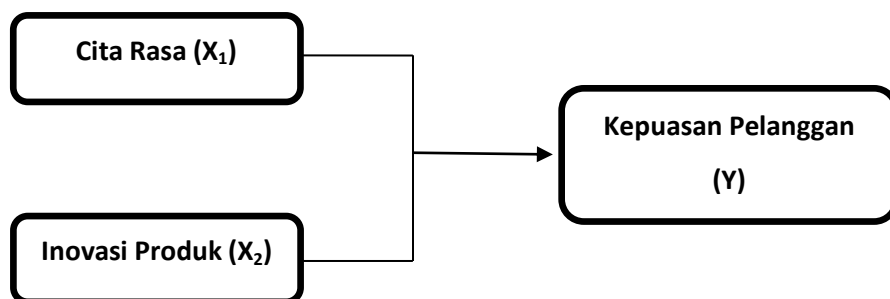
Dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk bahan referensi pada permasalahan bauran produk makanan pada kepuasan pelanggan, keputusan pembelian, dan loyalitas pelanggan dalam perspektif ekonomi islam.

G. Kerangka Pemikiran

Didalam setiap penelitian tentang keputusan pelanggan, seorang peneliti harus menetapkan variabel-variabel terlebih dahulu sebelum melakukan pengumpulan data. Hal ini tertuang dalam kerangka konsep dengan menetapkan variabel terlebih dahulu agar peneliti lebih mudah melakukan penelitiannya.

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang

telah diidentifikasi sebagai masalah.⁴ Kerangka pemikiran yang akan diteliti yaitu: Variabel Cita Rasa (X_1), Variabel Inovasi Produk (X_2) dan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Kerangka pemikiran tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



H. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani yang mempunyai dua kata yaitu “hypo” (sementara) dan “thesis” (penyataan atau teori). Karena hipotesis merupakan pernyataan sementara yang lemah kebenarannya, maka harus diuji dulu kebenarannya. Kemudian para ahli menafsirkan arti hipotesis adalah dugaan sementara terhadap hubungan dua variabel atau lebih.⁵

Hipotesis penelitian ini memiliki dua kemungkinan yaitu mungkin benar dan mungkin juga salah, oleh karena itu perlu

⁴ Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.93.

⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013),

dilakukan analisis untuk menjelaskan fakta yang membenarkannya. Dengan demikian, hipotesis yang dilakukan dan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Diduga cita rasa dan inovasi produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Seblak Metty Komala.

Ha : Diduga cita rasa dan inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Seblak Metty Komala.

I. Sistematika pembahasan

Sistematika pembahasan ini adalah uraian singkat secara garis besar mengenai hal-hal pokok yang akan dibahas guna mempermudah dalam memahami serta melihat hubungan antara satu bab dengan bab yang lainnya. Untuk menyusun penelitian, pembahasan dibagi menjadi lima bab, yaitu :

Bab Ke Satu Pendahuluan

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang

relevan, kerangka pemikiran, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab Ke Dua Kajian Teoritis

Pada bab ini akan membahas tentang teori-teori serta kajian teori yang berkaitan dengan cita rasa, inovasi produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, hubungan antar variabel, dan hipotesa.

Bab Ke Tiga Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pada bab ini akan membahas tentang ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, tempat dan waktu penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab Ke Empat Pembahasan

Pada bab ini akan menjelaskan tentang deskripsi data mengenai cita rasa dan inovasi produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab Ke Lima Penutup

Pada bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.