

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis pada abad 21 berkembang sangat cepat serta mengalami metamorfosis terus menerus. Salah satu contohnya yakni Pergantian tersebut berbentuk pergantian teknologi serta gaya hidup, dimana perihalnya ini tidak lepas dari imbas globalisasi yang berlangsung disaat ini.

Di masa globalisasi ini, terdapat banyak merk serta produk yang bersaing di Pasar jadi begitu besar sehingga konsumen mempunyai bermacam preferensi serta alternatif produk serta jasa yang sanggup memenuhi kebutuhan mereka serta mempunyai hak guna memilah yang cocok kemauan mereka. Dengan kompetisi yang konstan, banyak perihalnya yang Dibutuhkan pebisnis guna menampilkan seluruh keahlian yang mereka dapat supaya bisa berkompetisi di pasar.

Tiap pelaksana usaha pada masing- masing kategorinya butuh ada empati guna tiap transformasi yang berlangsung serta menetapkan orientasi mengarah kepuasan klien selaku sasaran utama(Philip Kotler, 2005). Untuk memuaskan pelanggan mereka, perusahaan harus terlebih dulu menekuni kemauan serta kebutuhan konsumen dan kebutuhan dikala ini serta masa yang hendak tiba.

Kualitas pelayanan wujud evaluasi konsumen pada tingkatan pelayanan yang ia terima(*perceived service*) melalui tingkatan layanan yang diinginkan(*expected service*). Mutu layanan pengaruhi kepuasan pelanggan(Cronin dan Taylor, dan Prabowo 2002). pengaruh positif untuk layanan yang baik serta tentu menaikkan kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap keinginan guna menerapkan pembelian ulang, yang tentu hendak menaikkan pemasukan yang diterima dari produk yang dijual. Jadi guna bersaing, bertahan serta berkembang, industri wajib sanggup memenuhi kebutuhan

serta kemauan pelanggan dengan membagikan pelayanan prima, baik serta bermutu, sehingga pelanggan akan merasa puas serta merasa dihargai sehingga mereka bahagia dan siap guna menjadi pelanggan setia.

Harga merupakan elemen pada berbagai elemen bauran pemasaran pengecer yang tentu membuat keuntungan untuk paritel. perihal strategi harga, Harga menggambarkan aspek yang mempengaruhi aktivitas dalam industri dan berperan guna menghasilkan keunggulan bersaing untuk industri. Namun, hal ini sering kali bertentangan dengan kebijakan penetapan harga. Harga Industri harus Penyesuaian dengan kondisi lingkungan serta transformasi yang terjadi

Terpenting di era kompetisi yang semakin ketat serta kebutuhan pembangunan yang tertentu. Dalam lingkungan adapun sangat kompetitif saat ini, industri harus mengamati aspek harga karena ukurannya Penetapan harga akan sangat menyesuaikan kecakapan industri untuk melakukannya kompetitif dan serta dapat menarik konsumen guna membeli produknya. supaya lebih bersaing di pasar, industri dapat menggunakan harga kompetitor apabila penuntun saat menetapkan harga jual produknya.

Bauran promosi telah diterapkan oleh industri mewujudkan evaluasi terpisah di benak konsumen, yaitu penilaian konsumen Iklan produk menghasilkan gambar secara langsung atau tidak langsung ke salah satu produk. Philip Kotler (2005) juga menemukan maka kegiatan Promosi adalah kegiatan pemasaran yang melibatkan bermacam cara intensif menciptakan keinginan dalam waktu singkat guna memverifikasi atau membeli produk atau layanan. Semua tindakan promosi ditujukan guna memengaruhi watak pembembali, tetapi harapan utama promosi adalah guna menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen akan suatu produk atau jasa.

Toko kue adalah usaha yang bergerak di bidang makanan atau industry makanan yang menciptakan bermacam macam roti seperti Bakery, Pastry, Cakes serta Kue Tradisional, Perkembangan berbagai perusahaan kue serta roti, besar kendatipun kecil, merupakan jawaban atas kebutuhan konsumen yang berbeda, Fenomena ini menunjukkan bahwa bidang usaha ini semakin ketat persaingannya untuk menarik perhatian konsumen dan minat beli konsumen.

1.1 Data Pengunjung Toko kue bolu enak

Tahun	Jumlah Pelanggan
2019	1440
2020	2310
2021	2880

Konsumen mengevaluasi suatu produk serta jasa mengikuti kualitas, manfaat, harga, serta fungsi yang ditawarkan. Mereka juga ingin kegiatan komunikasi serta marketing mereka mengesankan, memegang hati mereka, dan cocok dengan life style mereka. Dengan kata lain, pelanggan memiliki keinginan barang yang menghadirkan pengalaman yang menarik serta membuat mereka ingin menggunakan produk tersebut kembali.

Salah satu toko Bakery yang sanggup bertahan dan bersaing di pasar sampai disaat ini yakni Toko Kue Bolu Enak yang sudah menjadi tempat favorite masyarakat Depok dan Bogor serta Bogor ataupun luar kota guna membeli bermacam- macam olahan kue serta jajanan lainnya. Toko Kue Bolu Enak ini bermula di bentuk berdasarkan atas ide dari Bapak Yoni Budiharjo yang bertepatan pada tanggal 1 Januari 2000. Toko Kue Bolu Enak ini Perusahaan ini telah memiliki 6 cabang yang tersebar di daerah Bogor dan juga Depok, Toko Kue Bolu Enak bertempat di Jl. Raya Kampung Baru No.7 RT.03/RW.05 Desa Citayam, Kecamatan Tajur Halang, Bogor. Mereka menyediakan beragam banyak pilihan kue, mulai dari Bolu, Brownies, Tart, Kue kering & aneka macam cake lainnya

Tabel.1.2**Data Outlet Toko Kue Bolu Enak**

No	Toko Kue	Jumlah	Alamat
1	Toko Kue Bolu Enak (cabang pusat)	1	jl. Kampung Baru No.7 RT.03/RW.05 Desa Citayam, Kec. Tajur Halang, Bogor. Whatsapps:0895-1341-9419
2	Toko Kue Bolu Enak (cabang 2)	1	Jl. Raya Cipayung No.83 RT.03/RW.10 Pondok Terong, Pancoran Mas, Depok. Whatsapps: 0899-6767-692
3	Toko Kue Bolu Enak (cabang 3)	1	Komplek Arco, Sawangan, Depan masjid Al Hidayah, Duren Seribu, Depok.
4	Toko Kue Bolu Enak (cabang 4)	1	Ruko Sentra Danau Kemuning Resident, Jl. Raya Tonjong, Bojong Gede, Bogor. Whatsapps:0895-01113-6404
5	Toko Kue Bolu Enak (cabang 5)	1	Ruko Griya Asri Sawangan, Jl. Raya Pengasinan,Sawangan, Depok. Whatsapps: 0895-0113-6931
6	Toko Kue Bolu Enak (cabang 6)	1	Ruko Sentra Tajur Halang, Jl. Raya Babakan, Kampung Karet, Tajur Halang, Bogor.

Sumber : Toko kue bolu enak.

Untuk tetap bertahan, Toko Kue Bolu Enak harus melakukan perubahan strategi, Contohnya Dengan menilai apakah harga yang ditawarkan suatu perusahaan sesuai dengan pasar sasaran, seberapa beragam produk yang ditawarkan dapat memotivasi konsumen untuk membeli., bagaimana cara mempromosikan produknya melewati akun medsos contohnya facebook dan twitter dan menyampaikan berita terbaru via website, betapa kualitas pelayanan antar pegawai kepada pelanggan setiap waktunya serta dari sisi industri wajib selalu kreatif untuk melahirkan menu yang terbaru dengan menciptakan varian rasa serta jenis kue terbaru, supaya konsumen tidak merasa cepat bosan serta jenuh pada barang yang Ditawarkan dengan harga yang wajar. Toko Kue Bolu Enak sebaiknya melakukan survey kepada kosumennya dan hasilnya Hal tersebut dicatat dalam sebuah buku dan akhirnya digunakan sebagai bahan penilaian bagi Industri guna membenahi cacat serta membuat menu terbaru dan beragam.

Table 1.3
Daftar menu.

Nama Menu	Ukuran & harga Kue		
	Bulat / Kotak	1/2 Dus	Dus Oval
Bolu Marmer	Rp. 35.000	Rp.25.000	Rp.20.000
Bolu Pandan Keju	Rp. 35.000	Rp.25.000	Rp.20.000
Bolu ketan item	Rp. 40.000	Rp.28.000	Rp.25.000
Bolu Mocca kacang	Rp. 35.000	Rp.25.000	Rp.20.000
Brownies coklat chip	Rp. 45.000	Rp.30.000	
Brownies Mete	Rp. 53.000	Rp.35.000	
Brownies Mete- chip	Rp.50.000	Rp.32.000	
Milk Cake Keju	Rp.50.000	Rp.30.000	Rp.28.000

Cake			
Tape/pisang	Rp.50.000	Rp.35.000	Rp.30.000
Cheese Melted			
Brownies	Rp.80.000	Rp.40.000	
Brownies Cream			
Cheese	Rp.90.000	Rp.50.000	
Cake talas keju/ kopi keju	Rp.50.000	Rp.35.000	
Nama Menu	22cm	25cm	30cm
Blackforrest			
Bulat	Rp.125.000	Rp. 150.000	Rp.190.000
Blackforrest			
Kotak	Rp.140.000	Rp. 170.000	Rp.210.000
Tart Ultah			
Spesial Bulat	Rp.170.000	Rp.200.000	Rp.255.000
Tart Ultah			
Spesial Kotak	Rp.185.000	Rp.230.000	Rp.280.000
Nama Menu	300gr	200gr	
Nastar	Rp.45.000	Rp.40.000	
Kastengels	Rp.35.000	Rp.30.000	
Puteri salju	Rp.40.000	Rp.35.000	
Sagon Bakar	Rp.35.000	Rp.30.000	
Sagu Keju	Rp.35.000	Rp.30.000	
Spekulaas	Rp.35.000	Rp.30.000	
Tutty Fruitty	Rp. 35.000	Rp.30.000	
Lidah Kucing	Rp. 35.000	Rp.30.000	

Sumber: Toko Kue Bolu Enak.

Sebagai aturan umum, kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dengan produk Atau layanan mempengaruhi pola perilaku selanjutnya. ketika konsumen meyakinkan perihal ini setelah proses pembelian (Philip Kotler, 2005). apabila pelanggan merasa senang, ia meyakinkan peluang untuk membeli produk yang serupa kembali. konsumen yang senang juga condong membagikan bahan referensi yang baik terhadap orang lain untuk produk mereka. Tidak demikian untuk konsumen yang

tidak puas. Pelanggan terlebih suka mendapatkan berita dari fasilitator produk atau layanan serupa lainnya yang mereka butuhkan. Setelah itu mereka lebih memilah guna membeli dengan produk atau layanan baru yang dipandang lebih cocok untuk mencapai kepuasan keinginan, serta meneruskan produk atau jasa lebih dahulu. Dan konsumen ini tidak akan menyarankan kepada orang-orang di sekitar mereka produk atau layanan yang mereka anggap tidak mungkin memuaskan mereka. Proses ini diulang sampai konsumen puas dengan ketentuan pembelian. Hal tersebut yang membuat latar belakang penulis untuk melakukan analisis tentang: ***“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO KUE BOLU ENAK PENGASINAN DI DEPOK”***.

B. Rumusan Masalah

Dalam penjelasan latar belakang yang sudah dibuat peneliti, maka dapat dijelaskan bahwasan rumusan masalah yang didapat dari penelitian ini, diantaranya :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen toko kue bolu enak pengasinan di Depok?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan Konsumen toko kue bolu enak pengasinan di Depok?
3. Apakah terdapat pengaruh Promosi secara terhadap kepuasan Konsumen toko kue bolu enak pengasinan di Depok?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi secara Bersama-sama terhadap kepuasan Konsumen toko kue bolu enak pengasinan di Depok?

C. Tujuan penelitian.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko kue bolu enak pengasinan di Depok.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan Konsumen pada toko kue bolu enak pengasinan di Depok.
3. Untuk mengetahui Promosi terhadap kepuasan Konsumen pada toko kue bolu enak pengasinan di Depok.
4. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi secara Bersama-sama terhadap kepuasan Konsumen pada toko kue bolu enak pengasinan di Depok.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian terbagi menjadi 3 sisi, diantaranya :

a. Sisi Akademis

1. Menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan masa studi S1.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi pihak Toko Kue bolu enak pengasinan Depok mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya seperti kualitas pelayanan, harga, dan promosi guna mampu memenuhi kriteria kepuasan pelanggan, sehingga dapat menentukan langkahlangkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.

b. Sisi Praktis

Menjadikan toko kue bolu enak untuk menjadi sentra jajanan yang lebih diminati oleh banyak pelanggan.

c. Sisi Teoritis

Menjadi pedoman dan tambahan referensi peneliti untuk pembuatan penelitian selanjutnya ditahun yang akan datang.

