

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia tidak hanya sebagai makhluk sosial, tapi manusia juga sebagai makhluk ekonomi. Sebagai makhluk ekonomi, manusia juga memiliki akal dan pikiran untuk menciptakan barang-barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Sebagai makhluk ekonomi manusia juga tidak dapat hidup tanpa melakukan kegiatan ekonomi, baik berupa produksi, konsumsi, atau distribusi. Makanan adalah salah satu contoh budaya di Indonesia, dari perpaduan yang terjadi banyak makanan khas yang berasal dari daerah tertentu. Dari berbagai makanan khas dan masuknya makanan dari budaya Barat, banyak inovasi-inovasi yang dihasilkan untuk menciptakan bentuk makanan baru. Dengan adanya inovasi tersebut, masyarakat terpacu untuk melakukan perpaduan yang unik dan menarik berbagai konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan.

Sudaryono (2016:51) menyatakan bahwa menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Tujuan dari setiap perusahaan saat ini yakni lebih fokus dalam meningkatkan suatu kepuasan pelanggan. Peranan komunikasi pemasaran sangat penting mengingat peran komunikasi sebagai fasilitas hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

Usaha kuliner seperti membuat makanan dengan ciri khas sambal sedang tumbuh dan berkembang di masyarakat. Beraneka ragam makanan yang memiliki ciri khas pada sambalnya mengubah tren kuliner menjadi gaya hidup masyarakat bahwa bisnis kuliner berkembang dengan pesat. Contoh bisnis kuliner makanan dengan sambal khasnya seperti ayam geprek. Ayam geprek merupakan salah satu hidangan favorit banyak orang, terutama bagi pencinta makanan pedas. Ayam geprek menjadi populer karena rasa pedas dan tekstur ayam yang gurih dan renyah. Hidangan ini telah menjamur di banyak warung makan dan restoran di seluruh Indonesia, serta memiliki berbagai variasi sambal sesuai selera dan tingkat kepedasan yang diinginkan oleh para pelanggan.

Layanan aplikasi modern membantu perkembangan bisnis kuliner seperti *Go-Food*. Fitur *Go-Food* berasal dari aplikasi Gojek. Jenis layanan *Go-Food* merupakan pengiriman makanan di dalam aplikasi Gojek, konsumen yang memesan makanan dari rumah makan yang sudah bekerja sama dengan Gojek dapat menggunakan fitur tersebut. Jika makanan sudah dipesan maka akan dapat langsung diantar oleh *driver* Gojek. Rumah makan yang sudah bekerja sama dengan Gojek seperti Waroenk Pedaw dapat membuka metode pembayaran dari Gojek yaitu *Go-Pay* (<https://www.gojek.com/gofood/>, 2023, Juli 2).

Hubungan baik akan tercipta jika sebuah rumah makan mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan sesuai dengan

selera para konsumen. Keberhasilan yang diperoleh rumah makan dalam menyajikan makanan dan minuman sangat berhubungan erat dengan tingkat kepuasan, kualitas, dan nilai yang diperoleh oleh pelanggan selama mendapatkan layanan. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada berbagai aspek, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan pertumbuhan penjualan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Kepuasan pelanggan berkaitan dengan kualitas pelayanan, di mana kualitas layanan memberikan efek kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat bagi suatu usaha, yang nantinya juga berdampak kepada nilai pelanggan serta persepsi harga kepada calon pelanggan lain. Kualitas layanan yang baik akan dibicarakan oleh konsumen pada konsumen lain yang berdampak kepada lingkungan di sekitarnya akan memakai atau membeli produk yang sama di kemudian hari.

Tingginya kepuasan dari pelanggan akan berdampak pada rekomendasi yang ditunjukkan bagi para calon pelanggan lain, pelanggan yang mendapatkan kepuasan akan lebih mungkin untuk melakukan pembelian berulang. Kepuasan merupakan suatu tingkatan perasaan pelanggan yang diperoleh setelah menikmati sesuatu sehingga mendapatkan beberapa manfaat yaitu dapat terciptanya hubungan antar perusahaan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan merupakan kesan-kesan kinerja layanan dan harapan mengenai kualitas dari produk atau layanan dalam mengetahui perbedaan mengenai hal yang diharapkan konsumen dengan realisasi yang diberikan oleh rumah makan. Kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam

pemilihan produk dan jasa yang dapat memberikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Pada penelitian ini, peneliti memilih rumah makan Waroenk Pedaw sebagai objek penelitian. Waroenk Pedaw merupakan usaha kuliner yang menyajikan makanan dan minuman di wilayah Karadenan, Cibinong, Kabupaten Bogor. Kuliner yang disediakan berupa ayam geprek sambal cobek, mie pedas duniawi, dan minuman es teh buah. Waroenk Pedaw mempunyai *tagline*-nya sendiri yaitu Pedas Duniawi yang berarti identik dengan sambal yang dibuat untuk meningkatkan rasa pedas ketika diberikan. Setelah peneliti melakukan wawancara dengan pelanggan, hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa banyak keluhan pelanggan mengenai pelayanan yang kurang baik, kebersihan di tempat kerja, kurangnya disiplin waktu dalam bekerja membuat pelanggan menunggu lebih lama, serta produk yang disajikan kurang baik.

Dalam penelitian ini, fokus utama adalah untuk mengkaji kepuasan pelanggan terhadap layanan yang disediakan oleh Waroenk Pedaw, khususnya pada menu ayam geprek dan mie pedas yang ditawarkan. Peneliti juga akan mempertimbangkan pesaing utama Waroenk Pedaw, yaitu Ayam Geprek Bungsu sebagai perbandingan dalam analisis kepuasan pelanggan. Mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan oleh Waroenk Pedaw dan Ayam geprek bungsu, termasuk kecepatan pelayanan, keramahan staf, dan ketersediaan menu. Harga menu ayam geprek dan mie pedas di Waroenk

Pedaw dapat menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan. Penelitian dapat melihat bagaimana harga mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai produk dan layanan.. Serta emosi dan pengalaman emosional pelanggan juga dapat berperan dalam kepuasan mereka. Bagaimana perasaan pelanggan terhadap suasana, pengalaman makan, atau interaksi dengan staf dapat menjadi aspek penting dalam penilaian mereka.

Data pendapatan memiliki beberapa fungsi yang dapat membantu dalam menilai tingkat kepuasan pelanggan, meskipun tidak secara langsung mengukur kepuasan pelanggan, tetapi dapat memberikan wawasan yang berguna untuk sebuah perusahaan. Setiap perusahaan dituntut untuk melakukan analisis tren pendapatan dari waktu ke waktu agar dapat membantu perusahaan melihat perubahan dalam permintaan pelanggan. Pendapatan yang tinggi cenderung menunjukkan bahwa usaha yang sedang berjalan baik. Jika pendapatan cenderung menurun atau fluktuatif, ini mungkin menunjukkan adanya masalah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tabel di bawah ini merupakan tabel perbandingan antara pendapatan Waroenk Pedaw dengan Ayam Geprek Bungsu mulai bulan Januari hingga Juni 2023.

Tabel 1
Pendapatan Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu
Bulan Januari – Juni 2023
(Dalam Rupiah)

No	Bulan	Waroenk Pedaw	Ayam Geprek Bungsu
1	Januari	33.440.000	76.115.000
2	Februari	32.251.000	77.978.000

No	Bulan	Waroenk Pedaw	Ayam Geprek Bungsu
3	Maret	40.591.000	80.831.000
4	April	37.687.000	82.079.000
5	Mei	31.862.000	82.359.000
6	Juni	30.503.000	85.298.000

Sumber: Data Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu (2023)

Berdasarkan data pendapatan Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu yang terdapat pada tabel 1 dapat disimpulkan bahwa Ayam Geprek Bungsu mengalami stabilitas pendapatan yang lebih tinggi dan cenderung mengalami peningkatan setiap bulannya, sedangkan pendapatan Waroenk Pedaw cenderung mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat masalah dalam kepuasan pelanggan Waroenk Pedaw.

Data pengunjung dapat menjadi informasi yang kuat dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan karena mencerminkan interaksi nyata antara pelanggan dan usaha yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Jumlah kunjungan dari pelanggan dapat mencerminkan sejauh mana mereka puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Pelanggan yang kembali berkunjung secara teratur cenderung merasa puas dengan pengalaman sebelumnya. Tabel di bawah ini merupakan tabel perbandingan antara jumlah pengunjung Waroenk Pedaw dengan Ayam Geprek Bungsu mulai bulan Januari hingga Juni 2023.

Tabel 2
Jumlah Pengunjung Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu
Bulan Januari – Juni 2023

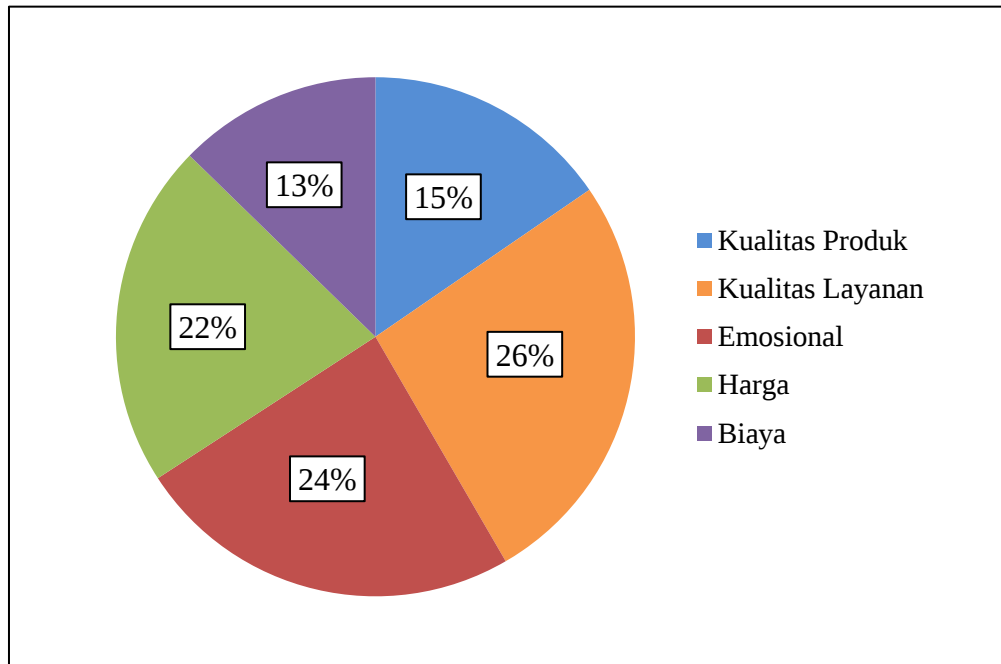
No	Bulan	Waroenk Pedaw	Ayam Geprek Bungsu
1	Januari	2.523	3.972
2	Februari	2.468	4.143
3	Maret	3.205	4.186
4	April	2.949	4.218
5	Mei	2.455	4.409
6	Juni	2.397	4.484

Sumber: Data Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu (2023)

Berdasarkan data jumlah pengunjung Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu yang terdapat pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung yang datang ke Ayam Geprek Bungsu lebih tinggi dan terus meningkat setiap bulan, sedangkan jumlah pengunjung Waroenk Pedaw cenderung menurun. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat masalah dalam kepuasan pelanggan Waroenk Pedaw.

Berdasarkan data perbandingan pendapatan dan jumlah pengunjung Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu, menunjukkan bahwa para pelanggan merasa kepuasan akan layanan yang diberikan belum terpenuhi karena masih terdapat keluhan yang Waroenk Pedaw harus diperbaiki. Pra-survei yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 orang pelanggan bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kepuasan pelanggan di Waroenk Pedaw. Dalam survei ini, peneliti akan mengumpulkan data tentang persepsi dan pendapat pelanggan terkait dengan layanan yang diberikan oleh Waroenk Pedaw. Dari masing-

masing faktor yang diberikan, setiap pelanggan diwajibkan untuk memilih tiga faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mereka. Berikut ini merupakan hasil pra survei yang telah dilakukan peneliti terkait faktor-faktor kepuasan pelanggan.



Sumber: Data Primer yang Diolah oleh peneliti (2023)

Gambar 1
Hasil Kuesioner Pra-Survei Berdasarkan Faktor-Faktor Yang
Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Waroenk Pedaw

Berdasarkan data pra-survei di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan, emosional/nilai, dan harga. Oleh karena itu kualitas layanan, emosional/nilai, dan harga diambil menjadi variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Waroenk Pedaw.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penting bagi seorang pemilik dan karyawan yang bekerja untuk memberikan hasil yang terbaik. Kualitas

layanan mengandung pengertian yaitu hal yang dilakukan individu dalam memberikan kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi harapan pelanggan. Agar kepuasan pelanggan terjaga, karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan harus memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan yang baik dan responsif terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelayanan yang sudah sesuai dengan harapan pelanggan akan memberikan nilai lebih kepada karyawan terutama pada usaha yang dijalankannya, yaitu membuat pelanggan memungkinkan melakukan pembelian berulang.

Emosional penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Emosi pelanggan dapat mempengaruhi persepsi terhadap nilai pelanggan mengenai produk atau jasa. Emosi positif dapat meningkatkan persepsi nilai pelanggan dan memperkuat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami dan mengelola emosi pelanggan dengan baik, melalui pengalaman produk atau jasa yang ditawarkan maupun melalui interaksi dan komunikasi dengan pelanggan. Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli dimana kesepakatan tersebut diuntungkan oleh kedua pihak, harga tersebut harus direlakan oleh kedua pihak dalam proses transaksi. Harga adalah jumlah uang atau nilai yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik rumah makan Waroenk Pedaw, hasil wawancara menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan menurun. Hal tersebut didukung dengan hasil pra-survei

yang menunjukkan bahwa masih banyaknya keluhan atau respon negatif dari pelanggan kepada Waroenk Pedaw. Berikut ini merupakan hasil pra-survei kepuasan pelanggan Waroenk Pedaw yang dapat diukur berdasarkan beberapa indikator di bawah ini.

Tabel 3
Hasil Kuesioner Pra-Survei Berdasarkan Indikator
Kepuasan Pelanggan Waroenk Pedaw

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Kesesuaian Harapan					
1	Pelayanan yang diberikan oleh Waroenk Pedaw selalu sesuai dengan harapan saya.	23	27	46%	54%
2	Harga yang ditawarkan oleh Waroenk Pedaw selalu sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada saya.	23	27	46%	54%
3	Saya selalu memberikan rekomendasi Waroenk Pedaw kepada keluarga dan teman-teman saya.	23	27	46%	54%
Minat Berkunjung Kembali					
4	Saya selalu merasa akan mengkonsumsi produk Waroenk Pedaw lagi karena menurut saya ini adalah pilihan terbaik.	24	26	48%	52%
5	Waroenk Pedaw selalu memberikan pelayanan yang ramah sehingga membuat saya ingin kembali di lain waktu.	24	26	48%	52%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
6	Harga yang terjangkau membuat saya selalu tertarik untuk kembali ke Waroenk Pedaw.	27	23	54%	46%
Kesediaan Merekomendasikan					
7	Saya selalu menyarankan keluarga dan teman saya untuk membeli produk Waroenk Pedaw karena harganya sangat terjangkau.	24	26	48%	52%
8	Saya selalu memberitahu hal-hal positif kepada keluarga dan teman saya tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh Waroenk Pedaw.	23	27	46%	54%
9	Saya selalu merekomendasikan Waroenk Pedaw kepada keluarga dan teman saya karena nilai yang didapat setelah mengkonsumsi produknya.	22	28	44%	56%

Sumber: Data Primer yang Diolah oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan data pra-survei pada tabel 3 memperlihatkan hasil bahwa terjadi masalah pada variabel kepuasan pelanggan, khususnya pada indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Hasil pra-survei di atas menunjukkan bahwa adanya tingkat harapan yang besar terhadap kepuasan akan layanan yang diberikan, layanan yang diberikan masih belum memberikan kepuasan kepada pelanggan. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut dan meningkatkan kepuasan pelanggan, perlu adanya peningkatan kualitas layanan, bangunnya persepsi nilai pelanggan dan harga yang baik.

Peneliti juga melakukan pra-survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 orang pelanggan Ayam Geprek Bungsu bertujuan untuk mengetahui perbandingan kepuasan pelanggan antara Waroenk Pedaw dengan Ayam Geprek Bungsu. Tabel 4 merupakan hasil pra-survei kepuasan pelanggan Ayam Geprek Bungsu yang dapat diukur berdasarkan beberapa indikator di bawah ini.

Tabel 4
Hasil Kuesioner Pra-Survei Berdasarkan Indikator
Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Bungsu

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Kesesuaian Harapan					
1	Pelayanan yang diberikan oleh Ayam Geprek Bungsu selalu sesuai dengan harapan saya.	30	20	60%	40%
2	Harga yang ditawarkan oleh Ayam Geprek Bungsu selalu sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada saya.	28	22	56%	44%
3	Saya selalu memberikan rekomendasi Ayam Geprek Bungsu kepada keluarga dan teman-teman saya.	27	23	54%	46%
Minat Berkunjung Kembali					
4	Saya selalu merasa akan mengkonsumsi produk Ayam Geprek Bungsu lagi karena menurut saya ini adalah pilihan terbaik.	28	22	56%	44%
5	Ayam Geprek Bungsu selalu memberikan pelayanan yang ramah sehingga membuat saya ingin kembali di lain waktu.	31	19	62%	38%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
6	Harga yang terjangkau membuat saya selalu tertarik untuk kembali ke Ayam Geprek Bungsu.	32	18	64%	36%
Kesediaan Merekomendasikan					
7	Saya selalu menyarankan keluarga dan teman saya untuk membeli produk Ayam Geprek Bungsu karena harganya sangat terjangkau.	28	22	56%	44%
8	Saya selalu memberitahu hal-hal positif kepada keluarga dan teman saya tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh Ayam Geprek Bungsu.	30	20	60%	40%
9	Saya selalu merekomendasikan Ayam Geprek Bungsu kepada keluarga dan teman saya karena nilai yang didapat setelah mengkonsumsi produknya.	27	23	54%	46%

Sumber: Data Primer yang Diolah oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pelanggan Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu menunjukkan bahwa terdapat perbandingan antara kepuasan pelanggan kedua tempat tersebut. Dalam hal ini, terdapat masalah kepuasan pelanggan Waroenk Pedaw, yang mencakup indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Sementara itu, pelanggan Ayam Geprek Bungsu cenderung merasa puas dengan seluruh aspek indikator kepuasan pelanggan yang telah diidentifikasi dalam pra-survei di atas.

Dalam mencapai kepuasan pelanggan, perlu diberikan kualitas layanan yang baik sesuai dengan keinginan pelanggan, oleh karena itu, penting bagi pemilik usaha untuk memiliki karyawan yang bertanggung jawab sehingga mampu memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan dapat berupa bersikap ramah terhadap pelanggan, menjaga kebersihan dalam proses memberikan pelayanan, tepat waktu dalam menyajikan makanan yang dibuat. Hal tersebut berpengaruh dalam penilaian pelanggan akan kualitas yang diberikan, pelanggan akan merasa puas sehingga merekomendasikan bisnis tersebut ke pelanggan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan di rumah makan Waroenk Pedaw dapat disimpulkan bahwa kurangnya komunikasi antar karyawan dapat menyebabkan ketidak senangan antar karyawan karena adanya kesalahpahaman dalam komunikasi. Salah paham dalam komunikasi sudah sering terjadi antar karyawan sehingga menyebabkan proses pelayanan kepada pelanggan menjadi terhambat. Salah paham komunikasi tersebut membuat para karyawan sulit melakukan kerja sama sehingga dapat mengurangi tingkat rasa puas pelanggan.

Peneliti melakukan pra-survei kepada 50 orang pelanggan dengan menyebarkan kuesioner untuk mengukur persepsi mengenai kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Setiap pelanggan diwajibkan untuk menjawab satu pernyataan dengan pilihan setuju atau tidak setuju dari setiap indikator kualitas layanan. Data dari pra-survei ini akan digunakan peneliti sebagai dasar analisis data lebih lanjut dan mengidentifikasi hal yang perlu

ditingkatkan dalam kualitas layanan di Waroenk Pedaw. Berikut ini merupakan hasil pra-survei kualitas layanan Waroenk Pedaw yang diukur berdasarkan beberapa indikator dibawah ini.

Tabel 5
Hasil Kuesioner Pra-Survei Berdasarkan Indikator
Kualitas Layanan Waroenk Pedaw

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Kenyamanan					
1	Kebersihan selalu terjaga dengan baik sehingga membuat saya merasa nyaman saat berada di Waroenk Pedaw.	23	27	46%	54%
2	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan selalu efisien membuat saya nyaman saat mengunjungi Waroenk Pedaw.	23	27	46%	54%
3	Saya selalu merasa nyaman karena kualitas meja dan kursi yang baik.	25	25	50%	50%
Fasilitas					
4	Saya selalu merasa puas dengan kebersihan fasilitas yang disediakan oleh Waroenk Pedaw.	23	27	46%	54%
5	Saya selalu merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh Waroenk Pedaw karena selalu dalam keadaan baik.	26	24	52%	48%
6	Perlengkapan makan di Waroenk Pedaw selalu bersih.	24	26	48%	52%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Ketepatan Waktu					
7	Saya merasa karyawan Waroenk Pedaw selalu sigap dalam melayani saya setelah saya tiba.	22	28	44%	56%
8	Saya merasa bahwa pesanan makanan di Waroenk Pedaw disajikan dengan cepat.	24	26	48%	52%
9	Pesanan dibungkus selalu tiba sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	23	27	46%	54%
Tanggapan Karyawan					
10	Karyawan Waroenk Pedaw selalu bersedia untuk menangani permintaan khusus saya.	33	17	66%	34%
11	Karyawan Waroenk Pedaw selalu bersedia untuk menjawab pertanyaan saya.	32	18	64%	36%
12	Karyawan Waroenk Pedaw selalu memberikan layanan yang cepat.	24	26	48%	52%
Penampilan					
13	Saya selalu melihat bahwa tatanan meja di Waroenk Pedaw selalu tertata dengan rapi.	30	20	60%	40%
14	Saya selalu melihat bahwa tatanan kursi di Waroenk Pedaw selalu tertata dengan rapi	29	21	58%	42%
15	Karyawan Waroenk Pedaw selalu terlihat rapi dalam penampilan mereka.	27	23	54%	46%

Sumber: Data Primer yang Diolah oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan data pra-survei pada tabel 5 memperlihatkan hasil terjadinya masalah pada indikator kenyamanan, fasilitas, dan ketepatan waktu. Dilihat dari 50 pelanggan terdapat 54% pelanggan memilih tidak setuju dengan pernyataan indikator kenyamanan, dengan isi pernyataan berupa kebersihan dan kerapihan tempat di Waroenk Pedaw. Hal tersebut membuktikan bahwa masalah yang ada di Waroenk Pedaw berupa masalah mengenai kebersihan tempat. Terdapat 54% pelanggan memilih indikator fasilitas dengan isi pernyataan mengenai fasilitas yang disediakan Waroenk Pedaw, hal tersebut membuktikan bahwa adanya rasa kurang puas pelanggan karena fasilitas disediakan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Terdapat 56% pelanggan memilih indikator ketepatan waktu yang tidak setuju dengan isi pernyataan mengenai kesiapan karyawan dalam layanan, hal tersebut membuktikan bahwa adanya keterlambatan dalam proses keberlangsungan layanan kepada pelanggan sehingga berpengaruh kepada tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu yaitu Elvina dan Lestari (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pelayanan pelanggan adalah pendekatan yang melibatkan semua aspek interaksi antara perusahaan dan pelanggan, termasuk layanan yang disediakan, komunikasi, interaksi personal, dan pengalaman keseluruhan. Dalam persaingan bisnis, pelayanan pelanggan yang unggul menjadi kunci untuk membedakan diri dari pesaing dan memenangkan hati pelanggan. Dalam konteks ini, perbandingan konsep pelayanan pelanggan antara

Waroenk Pedaw dan pesaingnya, Ayam Geprek Bungsu dapat dinilai dari resep yang digunakan, konsistensi dalam penyajian makanan, perbedaan dalam waktu pelayanan, tanggapan terhadap umpan balik pelanggan, sikap responsif karyawan, pemberian informasi menu yang disediakan, kebersihan lingkungan tempat makan dan fasilitas, dan inovasi dari menu yang ditawarkan.

Peneliti juga melakukan pra-survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 orang pelanggan Ayam Geprek Bungsu bertujuan untuk mengetahui perbandingan kualitas pelayanan antara Waroenk Pedaw dengan Ayam Geprek Bungsu. Tabel 6 merupakan hasil pra-survei kepuasan pelanggan Ayam Geprek Bungsu yang dapat diukur berdasarkan beberapa indikator di bawah ini.

Tabel 6
Hasil Kuesioner Pra-Survei Berdasarkan Indikator
Kualitas Layanan Ayam Geprek Bungsu

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Kenyamanan					
1	Kebersihan selalu terjaga dengan baik sehingga membuat saya merasa nyaman saat berada di Ayam Geprek Bungsu.	35	15	70%	30%
2	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan selalu efisien membuat saya nyaman saat mengunjungi Ayam Geprek Bungsu.	29	21	58%	42%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
3	Saya selalu merasa nyaman karena kualitas meja dan kursi yang baik.	31	19	62%	38%
Fasilitas					
4	Saya selalu merasa puas dengan kebersihan fasilitas yang disediakan oleh Ayam Geprek Bungsu.	30	20	60%	40%
5	Saya selalu merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh Ayam Geprek Bungsu karena selalu dalam keadaan baik.	30	20	60%	40%
6	Perlengkapan makan di Ayam Geprek Bungsu selalu bersih.	30	20	60%	40%
Ketepatan Waktu					
7	Saya merasa karyawan Ayam Geprek Bungsu selalu sigap dalam melayani saya setelah saya tiba.	31	19	62%	38%
8	Saya merasa bahwa pesanan makanan di Ayam Geprek Bungsu disajikan dengan cepat.	29	21	58%	42%
9	Pesanan dibungkus selalu tiba sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	33	17	66%	34%
Tanggapan Karyawan					
10	Karyawan Ayam Geprek Bungsu selalu bersedia untuk menangani permintaan khusus saya.	28	22	56%	44%
11	Karyawan Ayam Geprek Bungsu selalu bersedia untuk menjawab pertanyaan saya.	30	20	60%	40%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
12	Karyawan Ayam Geprek Bungsu selalu memberikan layanan yang cepat.	31	19	62%	38%
Penampilan					
13	Saya selalu melihat bahwa tatanan meja di Ayam Geprek Bungsu selalu tertata dengan rapi.	32	18	62%	38%
14	Saya selalu melihat bahwa tatanan kursi di Ayam Geprek Bungsu selalu tertata dengan rapi	30	20	60%	40%
15	Karyawan Ayam Geprek Bungsu selalu terlihat rapi dalam penampilan mereka.	31	19	62%	38%

Sumber: Data Primer yang Diolah oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pelanggan Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu menunjukkan bahwa terdapat perbandingan antara kualitas pelayanan kedua tempat tersebut. Dalam hal ini, terdapat masalah kualitas pelayanan Waroenk Pedaw, yang mencakup indikator kenyamanan, fasilitas, dan ketepatan waktu. Sementara itu, pelanggan Ayam Geprek Bungsu merasa bahwa seluruh indikator kepuasan pelanggan yang telah diidentifikasi dalam pra-survei di atas telah terpenuhi dengan baik.

Menurut Tjiptono dalam Firmansyah (2019:204) kepuasan pelanggan dapat terwujud dari emosi/persepsi nilai antara perusahaan dan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan nilai pelanggan

dengan menghadirkan produk atau jasa yang berkualitas, memberikan pelayanan yang baik, menghadirkan inovasi, menawarkan harga yang kompetitif, dan memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan. Pelanggan yang merasa mendapatkan nilai yang lebih dari apa yang dibayar akan cenderung memiliki sikap positif terhadap perusahaan, merekomendasikan kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang di masa depan.

Peneliti melakukan pra-survei kepada 50 orang pelanggan dengan menyebarkan kuesioner untuk mengukur persepsi mengenai nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Setiap pelanggan diwajibkan untuk menjawab satu pernyataan dengan pilihan setuju atau tidak setuju dari setiap indikator nilai pelanggan. Data dari pra-survei ini akan digunakan peneliti sebagai dasar analisis data lebih lanjut dan mengidentifikasi hal yang perlu ditingkatkan dalam nilai pelanggan di Waroenk Pedaw. Berikut ini merupakan hasil pra-survei nilai pelanggan Waroenk Pedaw yang diukur berdasarkan beberapa indikator dibawah ini.

Tabel 7
Hasil Kuesioner Pra-Survei Berdasarkan Indikator
Nilai Pelanggan Waroenk Pedaw

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Nilai Emosional (<i>Emotional Value</i>)					
1	Saya selalu merasa senang dalam proses pembelian produk di Waroenk Pedaw.	24	26	48%	52%
2	Saya selalu merasa puas dengan segala yang telah disajikan oleh Waroenk Pedaw.	24	26	48%	52%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
3	Saya selalu percaya bahwa produk Waroenk Pedaw memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen.	26	24	52%	48%
Nilai Sosial (<i>Social Value</i>)					
4	Saya selalu merasa membeli produk Waroenk Pedaw memiliki citra yang baik.	28	22	56%	44%
5	Saya selalu merasa bangga mengkonsumsi produk Waroenk Pedaw.	26	24	52%	48%
6	Waroenk Pedaw selalu membuat saya merasa terkesan dalam mengkonsumsi produknya.	26	24	52%	48%
Nilai Kualitas (<i>Quality Value</i>)					
7	Saya selalu merasa makanan di Waroenk Pedaw memiliki tingkat kepedasan yang baik untuk di konsumsi.	33	17	66%	34%
8	Waroenk Pedaw memberikan kualitas yang baik sesuai dengan harga yang ditawarkan.	30	20	60%	40%
9	Waroenk Pedaw selalu konsisten menjaga kualitas produk dan pelayanannya.	24	26	48%	52%

Sumber: Data Primer yang Diolah oleh Peneliti (2023)

Data pra-survei pada tabel 7 memperlihatkan hasil bahwa terjadi masalah pada indikator nilai emosional (*emotional value*) dan nilai kualitas (*quality value*). Dilihat dari 50 pelanggan terdapat 52% pelanggan memilih tidak setuju terhadap indikator nilai emosional (*emotional value*), hal tersebut membuktikan bahwa ada masalah terkait dengan tingkat emosional pelanggan

dalam melakukan proses pembelian. Terdapat 52% pelanggan memilih tidak setuju terhadap indikator nilai kualitas (*quality value*), hal tersebut membuktikan bahwa ada masalah terkait dengan persepsi nilai pelanggan terhadap kualitas yang diberikan. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yaitu Syahwi dan Pantawis (2021) yang menyatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Peneliti juga melakukan pra-survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 orang pelanggan Ayam Geprek Bungsu bertujuan untuk mengidentifikasi perbandingan nilai pelanggan antara Waroenk Pedaw dengan Ayam Geprek Bungsu. Tabel 8 merupakan hasil pra-survei kepuasan pelanggan Ayam Geprek Bungsu yang dapat diukur berdasarkan beberapa indikator di bawah ini.

Tabel 8
Hasil Kuesioner Pra-Survei Berdasarkan Indikator
Nilai Pelanggan Ayam Geprek Bungsu

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Nilai Emosional (<i>Emotional Value</i>)					
1	Saya selalu merasa senang dalam proses pembelian produk di Ayam Geprek Bungsu.	29	21	58%	42%
2	Saya selalu merasa puas dengan segala yang telah disajikan oleh Ayam Geprek Bungsu.	31	19	62%	38%
3	Saya selalu percaya bahwa produk Ayam Geprek Bungsu memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen.	30	20	60%	40%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Nilai Sosial (Social Value)					
4	Saya selalu merasa membeli produk Ayam Geprek Bungsu memiliki citra yang baik.	30	20	60%	40%
5	Saya selalu merasa bangga mengkonsumsi produk Ayam Geprek Bungsu.	31	19	62%	38%
6	Ayam Geprek Bungsu selalu membuat saya merasa terkesan dalam mengkonsumsi produknya.	33	17	66%	34%
Nilai Kualitas (Quality Value)					
7	Saya selalu merasa makanan di Ayam Geprek Bungsu memiliki tingkat kepedasan yang baik untuk di konsumsi.	28	22	56%	44%
8	Ayam Geprek Bungsu memberikan kualitas yang baik sesuai dengan harga yang ditawarkan.	35	15	70%	30%
9	Ayam Geprek Bungsu selalu konsisten menjaga kualitas produk dan pelayanannya.	32	18	64%	36%

Sumber: Data Primer yang Diolah oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pelanggan Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu menunjukkan bahwa terdapat perbandingan antara nilai pelanggan kedua tempat tersebut. Dalam hal ini, terdapat masalah nilai pelanggan Waroenk Pedaw, yang mencakup indikator nilai emosional (*emotional value*) dan nilai kualitas (*quality value*). Sementara itu, pelanggan Ayam Geprek Bungsu merasa bahwa seluruh

indikator nilai pelanggan yang telah diidentifikasi dalam pra-survei di atas telah terpenuhi dengan baik.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak hanya kualitas layanan dan nilai pelanggan, harga juga merupakan faktor yang berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau dan sebanding dengan manfaat atau nilai yang diberikan oleh produk atau jasa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat pelanggan merasa tidak puas dan enggan untuk melakukan pembelian, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat mencerminkan kualitas rendah atau mengurangi persepsi nilai produk atau jasa. Oleh karena itu, penentuan harga yang tepat penting untuk memastikan keterjangkauan bagi pelanggan dan memberikan nilai yang memadai.

Peneliti melakukan pra-survei kepada 50 orang pelanggan dengan menyebarkan kuesioner untuk mengukur persepsi mengenai harga yang dirasakan oleh pelanggan. Setiap pelanggan diwajibkan untuk menjawab satu pernyataan dengan pilihan setuju atau tidak setuju dari setiap indikator harga. Data dari pra-survei ini akan digunakan peneliti sebagai dasar analisis data lebih lanjut dan mengidentifikasi hal yang perlu ditingkatkan dalam nilai pelanggan di Waroenk Pedaw. Berikut ini merupakan hasil pra-survei harga Waroenk Pedaw yang diukur berdasarkan beberapa indikator dibawah ini.

Tabel 9
Hasil Kuesioner Pra-Survei Berdasarkan Indikator
Harga Waroenk Pedaw

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Keterjangkauan Harga					
1	Saya selalu merasa harga yang ada di Waroenk Pedaw memiliki banyak variasi.	33	17	66%	34%
2	Saya selalu merasa harga yang ada di Waroenk Pedaw terjangkau dengan pendapatan yang saya miliki.	33	17	66%	34%
3	Harga produk Waroenk Pedaw yang rendah membuat saya selalu ingin berbelanja kembali.	28	22	56%	44%
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk					
4	Saya selalu merasa harga yang ditawarkan Waroenk Pedaw sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	33	17	66%	34%
5	Saya selalu merasa harga yang ditawarkan Waroenk Pedaw sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.	23	27	46%	54%
6	Waroenk Pedaw selalu menyediakan produk-produk dengan kualitas baik tapi harga yang murah.	30	20	60%	40%
Daya Saing Harga					
7	Saya selalu merasa harga Waroenk Pedaw sangat ekonomis dari rumah makan yang lain.	25	25	50%	50%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
8	Saya selalu merasa harga produk yang ditawarkan Waroenk Pedaw memiliki persamaan dengan harga yang ditawarkan rumah makan lain.	33	17	66%	34%
9	Saya selalu merasa Waroenk Pedaw memberikan diskon harga kepada pelanggannya.	25	25	50%	50%
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat					
10	Saya selalu merasa harga yang diberikan Waroenk Pedaw sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	24	26	48%	52%
11	Saya selalu merasa harga yang diberikan Waroenk Pedaw sesuai dengan keinginan pribadi.	23	27	46%	54%
12	Saya selalu merasa harga yang ditawarkan Waroenk Pedaw sesuai dengan kemampuan daya beli saya.	33	17	66%	34%

Sumber: Data Primer yang Diolah oleh Peneliti (2023)

Data pra-survei pada tabel 9 memperlihatkan hasil bahwa terjadi masalah pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat. Dilihat dari 50 pelanggan terdapat 54% pelanggan memilih tidak setuju terhadap indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan isi pernyataan mengenai kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan. Hal ini membuktikan bahwa harga yang ditetapkan di Waroenk Pedaw tidak sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, 54% pelanggan memilih tidak setuju terhadap

indikator kesesuaian harga dengan manfaat, dengan isi pernyataan mengenai harga yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal tersebut membuktikan bahwa ada masalah terkait dengan harga yang ditetapkan di Waroenk Pedaw masih tinggi sehingga pelanggan merasa kurang puas. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yaitu Yusuf *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Peneliti juga melakukan pra-survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 orang pelanggan Ayam Geprek Bungsu bertujuan untuk mengidentifikasi perbandingan nilai pelanggan antara Waroenk Pedaw dengan Ayam Geprek Bungsu. Tabel 10 merupakan hasil pra-survei kepuasan pelanggan Ayam Geprek Bungsu yang dapat diukur berdasarkan beberapa indikator di bawah ini.

Tabel 10
Hasil Kuesioner Pra-Survei Berdasarkan Indikator
Harga Ayam Geprek Bungsu

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Keterjangkauan Harga					
1	Saya selalu merasa harga yang ada di Ayam Geprek Bungsu memiliki banyak variasi.	31	19	62%	38%
2	Saya selalu merasa harga yang ada di Ayam Geprek Bungsu terjangkau dengan pendapatan yang saya miliki.	33	17	66%	34%
3	Harga produk Ayam Geprek Bungsu yang rendah membuat saya selalu ingin berbelanja kembali.	30	20	60%	40%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk					
4	Saya selalu merasa harga yang ditawarkan Ayam Geprek Bungsu sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	34	16	68%	32%
5	Saya selalu merasa harga yang ditawarkan Ayam Geprek Bungsu sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.	30	20	60%	40%
6	Ayam Geprek Bungsu selalu menyediakan produk-produk dengan kualitas baik tapi harga yang murah.	29	21	58%	42%
Daya Saing Harga					
7	Saya selalu merasa harga Ayam Geprek Bungsu sangat ekonomis dari rumah makan yang lain.	31	19	62%	38%
8	Saya selalu merasa harga produk yang ditawarkan Ayam Geprek Bungsu memiliki persamaan dengan harga yang ditawarkan rumah makan lain.	31	19	62%	38%
9	Saya selalu merasa Ayam Geprek Bungsu memberikan diskon harga kepada pelanggannya.	32	18	64%	36%
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat					
10	Saya selalu merasa harga yang diberikan Ayam Geprek Bungsu sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	36	14	72%	28%
11	Saya selalu merasa harga yang diberikan Ayam Geprek Bungsu sesuai dengan keinginan pribadi.	28	22	56%	44%

No	Indikator Dan Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
12	Saya selalu merasa harga yang ditawarkan Ayam Geprek Bungsu sesuai dengan kemampuan daya beli saya.	34	16	68%	32%

Sumber: Data Primer yang Diolah oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pelanggan Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu menunjukkan bahwa terdapat perbandingan antara harga kedua tempat tersebut. Dalam hal ini, terdapat masalah harga Waroenk Pedaw, yang mencakup indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat. Sementara itu, pelanggan Ayam Geprek Bungsu merasa bahwa seluruh indikator harga yang telah diidentifikasi dalam pra-survei di atas telah terpenuhi dengan baik.

Peneliti juga telah melakukan analisis terhadap harga produk yang ditetapkan oleh Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu. Hal ini bertujuan untuk membandingkan manfaat yang ditawarkan kepada pelanggan dalam kategori yang sama. Tabel 11 merupakan tabel harga produk yang terdapat di Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu.

Tabel 11
Perbandingan Harga Produk Waroenk Pedaw
dan Ayam Geprek Bungsu (dalam Rupiah)

No.	Jenis Produk	Waroenk Pedaw	Ayam Geprek Bungsu
1	Paket Ayam Dada/Paha Atas	20.000	17.000
2	Paket Ayam Dada/Paha Bawah	18.000	15.000

3	Mie Pedas	15.000	13.000
4	Teh	5.000	5.000

Sumber: Data Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu (2023)

Berdasarkan hasil analisis perbandingan harga antara Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu mengindikasikan bahwa Waroenk Pedaw menawarkan harga yang lebih tinggi dibandingkan Ayam Geprek Bungsu. Harga yang lebih tinggi yang ditawarkan oleh Waroenk Pedaw dapat menjadi perhatian bagi sebagian pelanggan, karena mereka merasa bahwa manfaat atau nilai tambah yang mereka terima tidak sebanding dengan jumlah uang yang mereka keluarkan.

Berdasarkan hasil pra-survei kepada pelanggan Waroenk Pedaw dan Ayam Geprek Bungsu, terdapat beberapa masalah yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, yaitu mengenai rendahnya kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, nilai pelanggan, dan harga kurang berjalan dengan baik di Waroenk Pedaw. Oleh karena itu, peneliti berniat melakukan penelitian ini dikarenakan pentingnya mengetahui beberapa besar faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Waroenk Pedaw. Selain itu juga peneliti ingin mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI PELANGGAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Kurangnya minat dari pelanggan untuk berkunjung kembali pada Waroenk Pedaw.
3. Kurangnya kepuasan pelanggan berdampak pada keinginan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang dikonsumsi.
4. Kurangnya kebersihan tempat Waroenk Pedaw sehingga berdampak kepada kepuasan pelanggan.
5. Kurangnya efisiensi karyawan dalam memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
6. Kurangnya kesigapan karyawan dalam memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
7. Keterlambatan dalam memberikan layanan kepada pelanggan sehingga pelanggan menunggu terlalu lama.
8. Pelanggan tidak merasa senang ketika melakukan proses pembelian di Waroenk Pedaw.
9. Kurangnya konsistensi Waroenk Pedaw dalam menjaga kualitas produk dan pelayanannya.
10. Kualitas pelayanan Waroenk Pedaw tidak sesuai dengan penetapan harga yang diterapkan.

11. Penetapan harga yang dilakukan kurang memberikan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan.
12. Penetapan harga yang dilakukan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam suatu penelitian perlu ditemukan, hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih fokus pada pokok permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian. Pemilihan variabel kualitas layanan oleh peneliti adalah karena berasal dari salah satu faktor yang mempengaruhi menurut Indrasari (2019:87). Selanjutnya, variabel nilai pelanggan adalah berdasarkan faktor emosional menurut Indrasari (2019:88). Nilai pelanggan mengacu kepada persepsi pelanggan terhadap manfaat yang diperoleh dalam kaitannya dengan biaya yang harus mereka bayar atau pengorbanan yang dilakukan. Sedangkan variabel harga berdasarkan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Indrasari (2019:88). Batasan masalah lainnya terkait penelitian ini antara lain mengenai tempat penelitian yang hanya dilakukan di Waroenk Pedaw dan responden yang meliputi pelanggan Waroenk Pedaw.

D. Rumusan Masalah

Permasalahan dari rumah makan ini adalah turunnya tingkat kepuasan pelanggan. Dalam permasalahan yang dihadapi dari rumah makan ini terdapat

beberapa faktor yang diduga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, diantaranya adalah kualitas layanan, nilai pelanggan, dan harga. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan Waroenk Pedaw?
2. Apakah nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan Waroenk Pedaw?
3. Apakah harga mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan Waroenk Pedaw?
4. Apakah kualitas layanan, nilai pelanggan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan Waroenk Pedaw?

E. Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas layanan, nilai pelanggan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Waroenk Pedaw.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Waroenk Pedaw.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Waroenk Pedaw.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, nilai pelanggan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Waroenk Pedaw.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan-kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan khasanah keilmuan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran terutama pada kualitas layanan, nilai pelanggan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Sebagai rujukan dan referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya berkaitan dengan masalah Manajemen Pemasaran.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat mendapat wawasan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dalam dunia bisnis sesungguhnya.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran dan memberikan masukan dalam memecahkan

permasalahan yang ada dalam perusahaan khususnya yang berkaitan dengan Manajemen Pemasaran.

c. Bagi Lingkungan

Akademik sebagai rujukan dan referensi untuk menambah wawasan, khususnya bagi yang menekuni di bidang Manajemen Pemasaran.

G. Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dan menguraikan landasan teori yang berkaitan dan mendukung terhadap permasalahan yang diteliti meliputi pengertian kualitas layanan, nilai pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan, kemudian disimpulkan kembali dan dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang mencakup jenis penelitian, objek penelitian, variabel dan pengukurannya, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan sejarah perusahaan serta menguraikan hasil penelitian, yaitu pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, serta secara bersama-sama pengaruh kualitas layanan, nilai pelanggan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang diambil oleh peneliti dari hasil penelitian dan pembahasan dan memberikan saran yang relevan bagi perusahaan.