

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan konsumen sehingga dapat mengantisipasi konsumen tersebut, untuk dijadikan bahan masukan antara pengusaha dengan sipembeli, karena perkembangan jumlah warkop di daerah glagah yang sangat pesat menimbulkan persaingan antara perwakopan di glagah menjadi yang sangat ketat. Dulu warkop hanya dibuat untuk sekedar omongan tukar pendapat namun sering berjalannya waktu warkop di manfaatkan konsumen untuk mencari penghasilan sampingan oleh karena itu seorang pengusaha harus respon yang cepat untuk perubahan-perubahan ini.

Bisnis warkop pada masa sekarang merupakan salah satu usaha yang menjanjikan, menyebutkan bahwa fungsional warkop di Kota Banda Aceh seolah-olah sudah menjadi hal kebudayaan di dalam masyarakat, terutama di kalangan muda, seperti dijadikan sebagai tempat perkumpulan sesama teman, media pertemuan bisnis, dan faktor lain sebagainya Rasmikayati (2017: 117).

Tingkat persaingan yang tinggi antar pelaku usaha Warkop di Kecamatan Glagah setiap Warkop harus menerapkan strategi yang tepat untuk menghadapi kompetitornya, seperti menetapkan strategi pemasaran yang baik, menawarkan produk unggulan, dan menjual suasana tempat yang kekinian dalam menghadapi tingkat persaingan yang ada, pelaku usaha

Warkop perlu mempelajari dan menguasai informasi serta mengevaluasi indikator persoalan apa saja yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih mengunjungi kembali suatu warkop sehingga pelaku usaha tersebut dapat mengambil suatu tindakan dalam menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen agar tidak beralih kewarkop yang lainnya sehingga pendapatan usaha dapat terus terjaga.

Pada era saat ini perkembangan teknologi banyak mempengaruhi pola pikir tingkat dan budaya dalam masyarakat. Banyak tempat-tempat kekinian yang baru buka terutama usaha dalam warkop semakin banyak warkop yang baru buka, maka terjadi persaingan antar warkop. Pada era 4.0 persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi semua pelaku usaha berlomba-lomba untuk meningkatkan penjualan usahanya.

Semakin banyak warkop yang baru dibuka, semakin banyak pula persaingan antar warkop. Perkembangan zaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih sibuk. Mereka biasanya menghabiskan lebih banyak waktu di luar ruangan. Mereka biasanya pergi ke tempat-tempat itu untuk alasan praktis dan nyaman Krisna Marpaung (2021:50).

Warkop adalah salah satu tempat dengan pilihan terbanyak. Warkop diharapkan tidak hanya menyediakan makanan dan minuman tetapi juga fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Tak heran jika pengunjung Warkop bisa menghabiskan waktu berjam-jam di sana. Selain percakapan santai, beberapa pengunjung menggunakan Warkop sebagai tempat untuk menyelesaikan quest atau pekerjaan Krisna Marpaung (2021: 7).

Sebuah proses pengembangan perusahaan, kelangsungan dan perkembangan suatu perusahaan tidak hanya bergantung pada pengelolaan modal, tetapi juga pada bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen, karena kebutuhan konsumen beragam dan berubah. Banyak hal yang mempengaruhi kemajuan usaha industri jasa, salah satunya adalah bagaimana menarik dan mempertahankan minat konsumen dengan memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi pengelola destinasi wisata dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggan mereka, mengembangkan keunggulan kompetitif, dan menghasilkan pendapatan yang berkelanjutan dari pelanggan mereka. Gagasan ini juga berlaku untuk program wisata yang ditargetkan pada kelompok konsumen wisatawan lokal Madura. Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus Krisna Marpaung (2021:57). Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan juga merupakan faktor terpenting untuk menghadapi isu tersebut, jika pelayanan yang diterima oleh pelanggan dinilai baik maka konsumen akan merasa terpuaskan atas suatu pelayanan tersebut begitupun sebaliknya dan jika konsumen sudah terpuaskan dengan kualitas produk dan pelayanan yang didapatkan maka itu akan berdampak baik terhadap loyalitas pelanggan, karena jika konsumen sudah merasa sangat puas

pada produk dan layanan yang diberikan akan mendorong mereka untuk memilih tetap loyal terhadap produk maupun jasa tersebut dan tidak akan terlalu memperdulikan isu-isu yang beredar dikalangan masyarakat.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi fungsi tertentu, yang dapat terdiri dari: daya tahan, keandalan, akurasi yang dihasilkan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, dan atribut berharga lainnya produk secara holistik (Amanah, 2020). Agar pemasaran suatu produk dapat berjalan, konsumen perlu merasakan kompatibilitas dengan kualitas produk dan mereka cenderung membeli produk yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan atau butuhkan. Pembuatan atau desain produk harus berorientasi pada apa yang diinginkan pasar atau preferensi pelanggan, seperti produk yang berkualitas tinggi.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan (Krisna Marpaung et al., 2021).

Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Arfawati dkk (2020) Harga juga memiliki peranan penting dan krusial dalam dunia usaha saat ini. Harga juga mempunyai hubungan erat

dengan penilaian pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa, harga juga dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, karena dimana para pelanggan akan terpuaskan jika suatu produk ataupun jasa yang sudah mereka beli setara atau bahkan melebihi dari harga atau biaya yang harus mereka keluarkan untuk dapat merasakan manfaat dari sebuah produk maupun jasa. Apabila harga sesuai dengan kualitas produk ataupun jasa yang ditawarkan maka akan membuat para pelanggan merasa puas dan tetap loyal terhadap perusahaan.

Menurut Isnaini dan Abdillah (2018:124), minat berkunjung ulang adalah perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa mendatang.

Warkop merupakan warung yang sering dikunjungi oleh masyarakat berbagai latar belakang dan social budaya untuk berkumpul, berdiskusi, menyampaikan opini masyarakat , minum bersama untuk mendapat suatu informasi yang bermanfaat. Untuk menghadapi pesaing yang terjadi dalam kuliner untuk dapat memberikan suatu yang berbeda dari yang lain. Hal ini juga dilakukan pemilik Warkop Abror Yng sedang menghadapi maraknya persaingan, sehingga pemiliknya terus memperhatikan dan meningkatkan nilai lebih dari usahanya sehingga para konsumen semakin merasa puas dengan usaha mereka.

Setelah penulis melakukan observasi dan wawancara dengan pemilik usaha warkop tersebut, ditemukan beberapa hal yang baru pemilik usaha

mengatakan bahwa usaha yang ia jalani saat ini agak mengalami tidak sesuai target yang saya harapkan.

Oleh karena itu penelitian malakukan penelitian berdasarkan data-data yang akan di kumpulkan serta menggunakan metode-metode yang terpercaya untuk mengelolah data yang akan di dapat. Berdasarkan fenomena di atas sehingga penulis ingin melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI WARKOP ABROR KECAMATAN GLAGAH LAMONGAN”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas penulis bisa menarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Warkop Abror Kecamatan Glagah Lamongan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Warkop Abror Kecamatan Glagah Lamongan?
3. Apakah ada pengaruh dominan antara ketiga Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) Variabel manaka yang paling dominal terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Warkop Abror Kecamatan Glagah Lamongan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini di gunakan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Warkop Abror Kecamatan Glagah Lamongan.
2. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Warkop Abror Kecamatan Glagah Lamongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh dominan antara ketiga variabel Kualitas pelayanan (X1), Kualitas produk (X2), dan Harga (X3) Variabel mana yang paling dominan terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Warkop Abror Kecamatan Glagah Lamongan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun kontribusi dan manfaat yang diharapkan dari hasil oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat digunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap minat berkunjung kembali di warkop abrор kecamatan glagah lamongan.

## 2. Bagi Universitas Islam Lamongan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai bahan feresensi, bacaan serta masukan sehingga dapat menjadi acuan bagi penelitian yang sejenis.

## 3. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk memperluas wawasan serta menambah pengetahuan penulis tentang penempatan strategi untuk upaya meningkatkan minat berkunjung kembali di warkop abror.

## 4. Bagi Pembaca

Besar harapan dengan hasil yang didapat dalam penelitian ini bisa memberi kontibusi dalam hal pengembangan ilmu strategi dan juga bisa berguna referensi bagi mahasiswa UNISLA, serta bisa menjadi suatu hasil karya bahan wacana yang mempunyai keinginan untuk melakukan penelitian di bidang yang sama.