

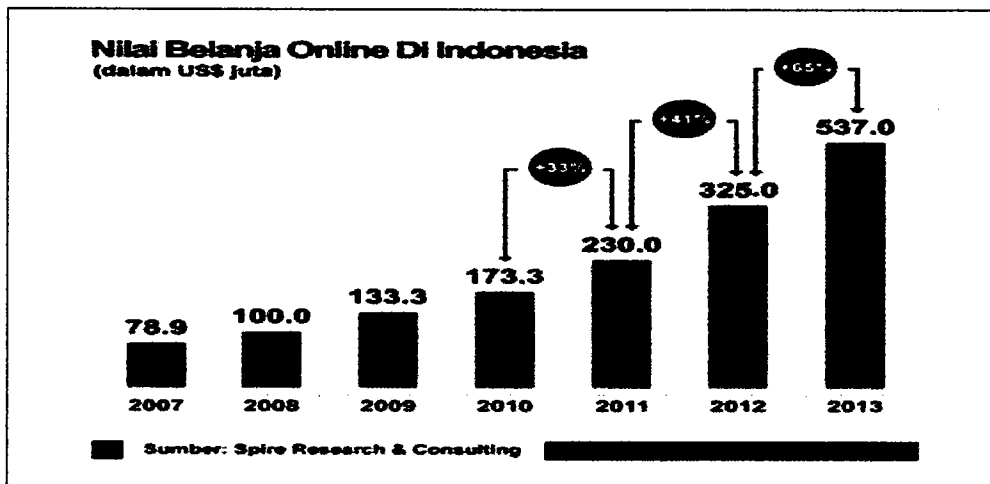
BAB I

PENDAHULUAN

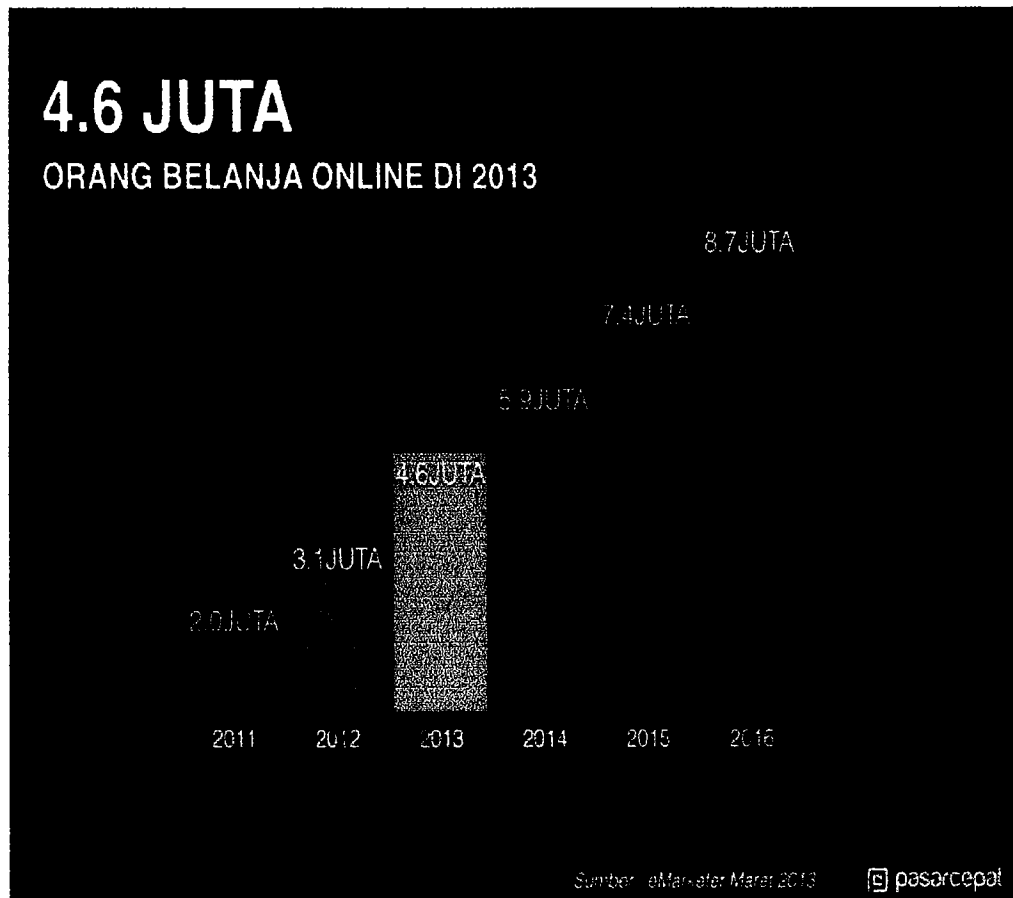
1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia yang semakin maju khususnya di bidang teknologi membuat perusahaan berlomba-lomba memasarkan produknya melalui internet. Dewasa ini, internet bukan lagi untuk perkantoran maupun kegiatan pendidikan namun sudah merambah pada *home industri* untuk memudahkan memasarkan produk.

Belanja secara *online* juga menjadi *trend* saat ini dari berbagai kalangan dan usia, bukan berarti berbelanja langsung ke toko secara langsung (*offline*) tidak lagi laku tetapi belanja secara *online* menunjukkan perkembangan yang meningkat dari tahun ke tahun. Berikut gambar grafik peningkatan belanja secara online.



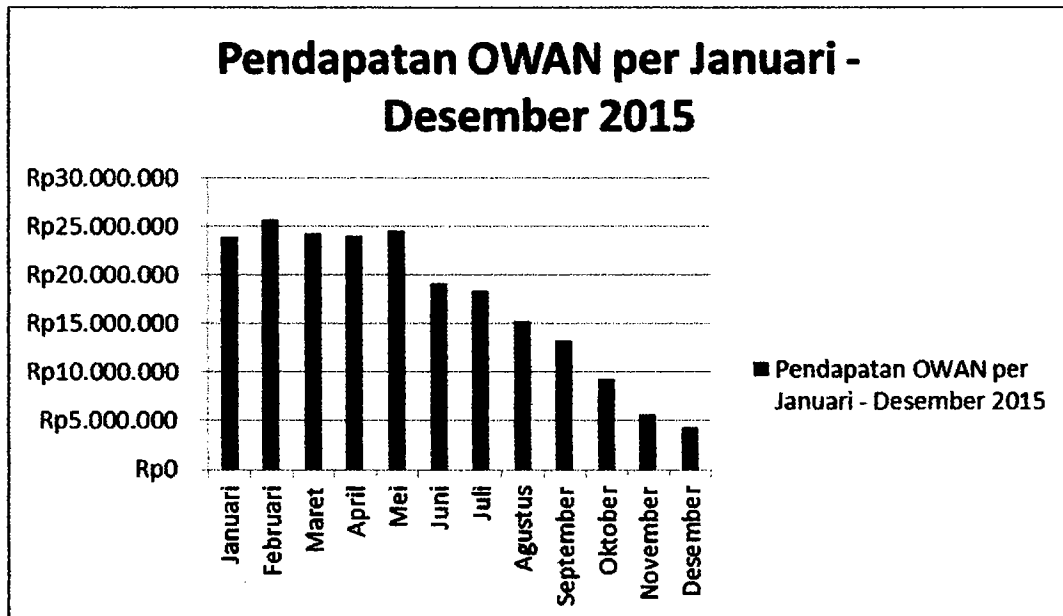
Sumber: Spire Research & Consulting
Gambar 1.1 Grafik Peningkatan Belanja Online di Indonesia dalam hitungan dollar yang mengalami peningkatan signifikan di tahun 2013



Sumber: eMarketer Maret 2013

Gambar 1.2 Grafik Peningkatan Belanja Online di Indonesia. Berikut adanya data tentang jumlah orang yang melakukan belanja online pada tahun 2016 sebanyak 8.7 Juta

Dalam aplikasinya, hampir semua bidang menggunakan internet. Salah satunya adalah *Western Food Owan* yaitu sebuah usaha di bidang makanan (*fast food*) dengan sistem *delivery order* usaha yang dibangun sejak tahun 2012. Dengan menciptakan menu-menu yang bervariasi, halal dan asli buatan sendiri. Menu yang ada di *Owan* berupa *Chicken Cordon Bleu*, *Lasagna*, *Macaroni and Cheese*, dan lain-lain. Pemasaran yang dipilih *Owan* yakni melalui media sosial seperti *facebook* dan *instagram* merupakan media pemasaran yang digunakan *Owan*.



Sumber: Pemilik Western Food Owan

Grafik 1.3 Pendapatan *Owan* dalam jangka waktu Januari sampai Desember tahun 2015

Menurunnya penjualan *Owan* di tahun 2015 dikarenakan banyaknya pelanggan yang mengeluhkan akan kualitas pelayanan *Owan* yang lambat serta naiknya harga jual. Dari data pendapatan diatas dapat dilihat bahwa penjualan pada *Owan* ini tidak stabil bahkan cenderung mengalami penurunan selama periode januari 2015 sampai desember 2015. Topik yang akan dibahas dalam penelitian ini terjadinya penurunan penjualan dikarenakan berkurangnya promo yang diadakan, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan seperti pengantaran makanan yang lama, harga yang ditawarkan mengalami kenaikan karna kenaikan harga bahan baku.

Pemahaman tentang kualitas produk menurut teori dari para ahli seperti Kotler dan Amstrong (2001:346) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau

dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Pengenalan produk *Owan* bermula dari media sosial seperti *facebook* pribadi pemilik untuk mendapat perhatian dari kerabat dekat agar mau mencoba dan membeli *Owan* serta dapat memuaskan pelanggan dengan memberikan kualitas makanan yang terbaik.

Menurut Kotler (2005:49) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Setelah pelanggan merasakan kualitas produk dan mendapat pelayanan yang baik maka baru dapat dikatakan produk tersebut berkualitas, baik dari segi rasa makanan dan ukuran makanan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Pelayanan yang lambat mengakibatkan pelanggan kecewa terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Dalam proses *delivery order* sering mengalami keterlambatan waktu sehingga pelanggan menunggu terlalu lama untuk melakukan pemesanan berikutnya.
3. Harga yang mahal membuat pelanggan menjadi kurang untuk melakukan pembelian berikutnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas berikut pembatasan masalah penelitian yakni:

1. Khusus pada penelitian terhadap *e-servqual* yang terjadi pada *Western Food Owan online store*.
2. Memfokuskan pada variabel kualitas produk, *e-servqual*, dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Peneliti hanya membatasi mengenai pengaruh *e-servqual* melalui kepuasan pelanggan.
4. Apakah kualitas *packaging Owan* mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan *Western Food Owan*?
2. Apakah *e-servqual* berpengaruh pada kepuasan pelanggan *Western Food Owan*?
3. Apakah kualitas harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan *Western Food Owan*?
4. Apakah Kualitas Produk, *E-Servqual* dan Kualitas Harga berpengaruh secara bersama-sama pada Kepuasan Pelanggan *Western Food Owan*?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk pada kepuasan pelanggan *Western Food Owan*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* pada kepuasan pelanggan *Western Food Owan*.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga pelayanan pada kepuasan pelanggan *Western Food Owan*.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *E-Servqual* dan Kualitas Harga berpengaruh secara bersama-sama pada Kepuasan Pelanggan *Western Food Owan*.

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat penelitian bagi:

1. Bagi pihak *Owan*

Mendapatkan informasi bermanfaat guna memilih strategi pemasaran yang tepat yang dapat berorientasi pada kepuasan pembelian bagi pelanggan.

2. Bagi Peneliti Lain

Dapat dijadikan sebagai acuan dan pengetahuan khususnya di bidang pemasaran, terutama pada kepuasan pembelian.

3. Bagi Penulis

Dapat menambah referensi dalam memperluas ilmu pengetahuan tentang manajemen khususnya di bidang pemasaran yang berhubungan dengan kepuasan pembelian.