

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini persaingan antar perusahaan semakin ketat, khususnya persaingan perusahaan yang sejenis, baik dalam hal persaingan produk, harga, ataupun promosi. Hal tersebut harus dilihat secara jeli baik sebagai ancaman sekaligus sebagai peluang oleh perusahaan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan ataupun memenangkan persaingan dalam bisnis.

Saat ini setiap perusahaan berkonsentrasi untuk mendapatkan posisi terbaik dipasar daripada hanya sekedar bertahan hidup. Karena kondisi persaingan ini, konsumen dengan bebas dapat memilih produk yang diinginkannya sehingga pihak perusahaan harus secara aktif meningkatkan citra perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dengan demikian keadaan perusahaan akan terus bertahan dalam persaingan, bahkan dapat mengungguli perusahaan lain. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berusaha mendapatkan konsumen yang baru tetapi juga berusaha keras untuk mempertahankan pelanggan yang telah mereka dapatkan.

Sekarang ini kondisi kekuatan pasar ada ditangan pembeli, sehingga perusahaan harus mampu mengetahui dan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, persepsi dan gaya hidup guna mencapai kepuasan pelanggan.

Kepuasan merupakan perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dengan baik. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan diprediksi sebelum produk dibeli/dikonsumsi. Jika yang dirasakan konsumen melebihi dugaannya, konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika yang dirasakan lebih rendah dari harapannya, konsumen akan merasa tidak puas (Walker dalam Ali Hasan (2009:57)

Kepuasan pelanggan paling penting bagi pihak perusahaan, karena kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi *income* (pendapatan) suatu perusahaan. Jika pelanggan puas terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan maka pelanggan akan menjadi pelanggan tetap (*loyal*) terhadap perusahaan. Dengan pelanggan yang puas dan *loyal* maka akan mengakibatkan *income* (pendapatan) perusahaan tersebut meningkat, demikian sebaliknya. Baik perusahaan yang bergerak dibidang layanan atau perusahaan yang memproduksi barang, keduanya harus memperhatikan kualitas produk.

Agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan saat berkunjung, pihak perusahaan harus mampu menciptakan strategi-strategi apa yang harus dilakukan agar kepuasan pelanggan terjaga dengan baik, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi *diferensiasi produk*.

*Diferensiasi produk* (Produk pembeda) merupakan salah satu faktor yang penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Diferensiasi produk* (Produk pembeda) merupakan proses pembedaan suatu produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu. Pembedaan tersebut dilakukan baik terhadap produk kompetitor maupun terhadap produk lain dari produsen produk itu sendiri.

Demajor Cafe merupakan salah satu industri yang bergerak dalam bidang kuliner, menyajikan berbagai macam hidangan makanan dan minuman yang sudah banyak dikenal oleh para pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum dan Demajor cafe juga didalamnya terdapat hiburan alunan musik, sehingga Demajor cafe selain menjadi tempat menikmati makanan dan minuman juga dapat digunakan sebagai tempat untuk bersantai dan untuk berbincang-bincang.. Kuliner unik yang disajikan dicafe ini sudah relatif banyak diminati oleh masyarakat kota Gorontalo, diciptakannya produk unik dicafe ini karena sekarang ini pelanggan semakin kritis dalam memilih produk yang mereka inginkan karena adanya cafe-cafe yang menjual produk yang sama, sehingga Demajor cafe harus mampu bersaing dengan berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan dengan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi diantaranya dengan menjaga dan meningkatkan *image* dimata pelanggan sehingga mereka akan tetap loyal pada cafe yang mempunyai

*image* yang baik dan tetap menciptakan loyalitas yang tinggi pula dimata pelanggan.

**Tabel 1.1**

**Penjualan produk Demajor Cafe pada 6 bulan terakhir 2017**

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan/Porsi</b>
Juni	14.880
Juli	14.892
Agustus	14.496
September	15.002
Oktober	14.972
November	15.320

*Sumber data: Demajor Cafe 2017*

Dari tabel diatas terlihat bahwa penjualan produk pada bulan Juni sebanyak 14.880 porsi sedangkan pada bulan Juli mengalami sedikit kenaikan yaitu sebanyak 14.892 porsi, pada bulan Agustus mengalami penurunan yaitu sebanyak 14.496 porsi kemudian pada bulan September mengalami kenaikan sebanyak 15.002 porsi selanjutnya pada bulan Oktober mengalami penurunan lagi sebanyak 14.972 tetapi pada bulan November produk demajor cafe mengalami kenaikan yang cukup besar yaitu sebanyak 15.320 porsi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Demajor cafe diketahui bahwa penjualan produk untuk 6 bulan terakhir masih fluktuatif, artinya terjadi penurunan dan kenaikan. Hal ini sangat menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan *Diferensiasi Produk* pada Demajor Cafe terhadap kepuasan pelanggan.

Fenomena yang terjadi di Demajor cafe Kota Gorontalo, didapatkan masalah terkait dengan menurunnya kepuasan pelanggan pada Demajor Cafe yaitu seperti keengganan pelanggan dalam melakukan dan memberikan rekomendasi kepada pelanggan lainnya mengenai keunggulan dari Demajor Cafe, selanjutnya yaitu keengganan konsumen atau pelanggan dalam melakukan kunjungan ulang atau pembelian kembali ketika adanya pelayanan yang kurang baik, dan produk yang disediakan hanya itu-itu saja yang membuat pelanggan merasa bosan dan tidak puas saat membeli produk tersebut. Sehingga dari masalah-masalah ini dapat menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan yang ada di Demajor Cafe Kota Gorontalo.

Untuk itu dalam menarik kembali konsumen agar mempertahankan kepuasan pelanggan, pihak perusahaan menerapkan salah satu strategi yakni strategi *Diferensiasi produk*. dimana melalui strategi ini perusahaan dapat melihat perkembangan dari usahanya tersebut serta dapat mengukur keberhasilan dari usahanya itu.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan* dengan objek penelitiannya yakni Demajor Cafe Kota Gorontalo.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pernyataan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dalam penelitian ini peneliti dapat mengidentifikasi bahwa tingkat kepuasan yang di rasakan oleh pelanggan pada saat mengunjungi Demajor Cafe tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan atau pelanggan cenderung tidak puas, hal ini terlihat dari:

1. keengganan pelanggan dalam melakukan dan memberikan rekomendasi kepada pelanggan lainnya mengenai keunggulan dari Demajor Cafe.
2. keengganan konsumen atau pelanggan dalam melakukan kunjungan ulang atau pembelian kembali ketika adanya pelayanan yang kurang baik.
3. Produk yang disediakan hanya itu-itu saja yang membuat pelanggan bosan dan tidak puas saat membeli produk tersebut.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka peneliti merumuskan masalah yaitu: Apakah Diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Demajor Cafe?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah: untuk mengetahui apakah Diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Demajor Cafe.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian tersebut adalah:

##### **1. Manfaat teoritis**

Manfaat dari teoritis ini yaitu sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian lanjutan dibidang manajemen pemasaran, dan dapat menambah pengetahuan, selain dari teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan.

##### **2. Manfaat praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai Diferensiasi produk serta kepuasan pelanggan selama berkunjung di Demajor Cafe.

###### **b. Bagi Perusahaan**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dipertimbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi Diferensiasi produk dan kepuasan pelanggan dalam

merumuskan program dan tujuan serta pengambilan keputusan strategi dalam rangka pengembangan perusahaan.

c. Untuk Lembaga

Diharapkan kegunaan penelitian ini dapat menambah kajian ilmu mengenai pentingnya diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan. Disamping itu hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama dikemudian hari.