

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha pada era globalisasi menyebabkan tingkat persaingan bisnis semakin tinggi, termasuk pada sektor kuliner dan jasa katering. Perubahan pola hidup masyarakat modern yang semakin dinamis telah mendorong meningkatnya kebutuhan akan layanan yang praktis, cepat, dan efisien dalam penggunaan waktu, serta kebutuhan akan makanan yang higienis dan berkualitas turut meningkatkan permintaan terhadap jasa katering. Kondisi tersebut membuat perusahaan jasa katering harus mampu perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta menetapkan harga yang sesuai dengan harapan konsumen agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Tjiptono (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa, evaluasi tersebut didasarkan pada perbandingan antara harapan sebelum penggunaan dengan kinerja yang dirasakan, apabila kinerja produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Kondisi ini membuat persaingan usaha jasa katering semakin tinggi sehingga perusahaan harus mampu memberikan kualitas produk terbaik dengan harga yang sesuai agar tetap diminati konsumen. Kepuasan tidak lagi hanya diukur dari aspek rasa, melainkan dari konsistensi kualitas produk yang harus terjaga dalam skala produksi massal setiap harinya. Fenomena di lapangan menunjukkan adanya kejenuhan menu (*menu fatigue*) serta sensitivitas yang sangat tinggi terhadap ketepatan waktu pengiriman. Keterlambatan distribusi makanan atau penurunan kualitas higienitas

sekecil apa pun akan langsung berdampak pada penurunan produktivitas kerja konsumen dan memicu ketidakpuasan yang signifikan. Oleh karena itu, PT *Energy Station* Indonesia dituntut untuk tidak hanya menyajikan makanan yang bernutrisi, tetapi juga mengelola manajemen logistik dan variasi menu demi menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Dalam hal bisnis jasa katering, Kualitas produk menjadi salah satu aspek utama yang memengaruhi penilaian pelanggan terhadap tingkat kepuasan yang mereka rasakan setelah menggunakan produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi sebagaimana mestinya sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kemampuan tersebut tercemin dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, serta berbagai atribut lain. Pada usaha jasa katering, kualitas produk dapat dilihat dari rasa makanan, kebersihan, kesegaran bahan baku, variasi menu, tampilan penyajian, serta ketepatan penyajian makanan kepada konsumen. Produk makanan yang memiliki kualitas baik akan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga mampu meningkatkan kepuasan mereka. Sebaliknya, apabila kualitas produk yang diterima tidak sesuai harapan, maka konsumen cenderung merasa kecewa dan tidak puas terhadap jasa yang digunakan. Fenomena yang terjadi penurunan kualitas rasa dan tekstur ketika menu makanan diproduksi dalam skala besar. Hal ini disebabkan ketika vendor katering memproduksi makanan untuk ratusan atau ribuan porsi sekaligus, kontrol kualitas sering kali lolos. Daging menjadi alot, sayuran terlalu layu karena terlalu lama dipanaskan, atau bumbu menjadi tidak merata. Hal ini memicu kekecewaan

konsumen yang merasa produk yang diterima tidak sesuai dengan *trial* awal saat masa percobaan.

Selain kualitas produk, persepsi harga juga menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi harga adalah bagaimana konsumen memahami dan menafsirkan informasi harga serta memberikan makna terhadap harga tersebut berdasarkan manfaat yang diharapkan. Persepsi harga juga diartikan sebagai penilaian konsumen terhadap tingkat kewajaran harga suatu produk atau jasa berdasarkan perbandingan antara manfaat yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan. Konsumen pada umumnya akan membandingkan harga yang dibayarkan dengan kualitas makanan dan pelayanan yang diperoleh. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk akan menciptakan persepsi positif serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, apabila harga dinilai terlalu tinggi dan tidak sebanding dengan kualitas yang diberikan, maka konsumen dapat merasa tidak puas terhadap jasa yang digunakan. Fenomena yang terjadi Konsumen katering tidak selalu mencari harga murah, melainkan kesesuaian antara harga dengan hasil akhir. Hal ini di akibatkan karena konsumen bersedia membayar harga tinggi asalkan fasilitas yang didapat sepadan—misalnya ketepatan waktu pengiriman, pelayanan pramusaji yang profesional, atau perhitungan kalori yang akurat. Namun, kekecewaan muncul jika harga sudah mahal, tetapi pelayanannya buruk. Sebaliknya, harga murah pun akan dipersepsikan buruk jika konsumen merasa kualitas makanannya "murahan" atau tidak layak saji.

PT. *Energy Station* Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa katering yang menyediakan berbagai kebutuhan konsumsi bagi pelanggan, baik untuk kegiatan perusahaan maupun kebutuhan lainnya. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan berupaya memberikan produk makanan dengan kualitas yang baik melalui penggunaan bahan baku yang berkualitas, menjaga kebersihan proses produksi, serta memberikan variasi menu yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, perusahaan juga berupaya memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan merasa puas terhadap jasa katering yang digunakan. Kualitas makanan dan standar kebersihan menjadi salah satu aspek penting yang terus dijaga oleh perusahaan dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Gambar 1

Kualitas Makanan dan Kehigenisan



Sumber: Instagram PT. Energi Station Indonesia (2026)

Meskipun demikian, dalam praktiknya masih terdapat beberapa permasalahan yang sering muncul dalam bisnis jasa katering, seperti ketidaksesuaian rasa makanan, kualitas produk yang berubah-ubah, penyajian yang kurang menarik, keterlambatan pengiriman pesanan, hingga adanya keluhan

mengenai harga yang dianggap kurang sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan guna menciptakan kepuasan pelanggan secara maksimal. Apabila permasalahan tersebut tidak segera ditangani dengan baik, maka dapat berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pelanggan serta memengaruhi citra perusahaan di mata konsumen. Selain itu, persaingan usaha katering yang semakin tinggi membuat konsumen memiliki banyak alternatif pilihan jasa katering. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan harga yang murah, tetapi juga mempertimbangkan kualitas makanan, kebersihan, pelayanan, dan pengalaman yang dirasakan setelah menggunakan jasa tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan kualitas produk yang konsisten serta menetapkan harga yang sesuai agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Produk makanan yang memiliki rasa enak, tampilan menarik, kebersihan terjaga, dan kualitas yang konsisten akan memberikan kesan positif sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong terjadinya penggunaan ulang jasa katering. Penelitian yang dilakukan oleh Masharyono dan Hasanah (2016) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner. Selain itu, penelitian Putra (2021) juga menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis jasa maupun kuliner. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa kualitas produk yang baik serta harga yang sesuai mampu memberikan pengalaman positif bagi konsumen sehingga meningkatkan tingkat kepuasan

pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan persepsi harga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan jasa katering dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan yang menyatakan bahwa kualitas produk dan persepsi harga berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas produk akan baik memberikan pengalaman positif bagi konsumen, sedangkan persepsi harga yang dinilai mampu menciptakan kepuasan atas layanan yang diterima. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memperhatikan kedua faktor tersebut agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan pertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis jasa katering yang akan semakin ketat.

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan kualitas produk dan persepsi harga dengan kepuasan pelanggan pada berbagai usaha kuliner dan jasa, namun penelitian yang secara khusus mengkaji kedua variabel tersebut pada perusahaan jasa katering masih relatif terbatas, khususnya pada PT. *Energy Station* Indonesia. Selain itu, karakteristik konsumen serta kondisi persaingan usaha yang berbeda memungkinkan terjadinya perbedaan hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menyajikan gambaran empiris mengenai keterkaitan kualitas produk dan persepsi harga dengan kepuasan penggunaan jasa katering pada PT. *Energy Station* Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka penulis mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi**

Harga terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Katering PT. *Energy Station* Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk dan persepsi harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan jasa katering PT. *Energy Station* Indonesia?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan jasa katering PT. *Energy Station* Indonesia?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan jasa katering PT. *Energy Station* Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan penggunaan jasa katering PT. *Energy Station* Indonesia.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan penggunaan jasa katering PT. *Energy Station* Indonesia.
3. Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan jasa katering PT. *Energy Station* Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan penggunaan jasa. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, terutama dalam konteks industri jasa katering. Penelitian ini diharapkan mampu memperkuat teori-teori

yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam mengambil kepuasan, khususnya dalam memilih jasa katering.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan (Katering PT. *Energi Station* Indonesia)

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan penggunaan jasa oleh pelanggan.

b. Bagi Manajemen atau Pelaku Usaha Jasa Katering

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang pentingnya kualitas produk dan persepsi harga dalam menarik minat konsumen, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

c. Bagi Konsumen

Bahwa hasil penelitian ini dapat membantu konsumen dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mereka dalam memilih jasa katering, sehingga dapat membuat kepuasan yang lebih rasional dan sesuai kebutuhan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat membantu konsumen dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mereka dalam memilih jasa katering, sehingga dapat membuat kepuasan yang lebih rasional dan sesuai kebutuhan.