**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pertumbuhan bisnis kuliner di Indonesia pada saat ini mengalami kemajuan pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya bermunculan café. Saat ini café sudah menjadi gaya hidup terutama di kota-kota besar di Indonesia. Gaya hidup dalam menikmati makanan dan minuman pada masyarakat perkotaan membuat para pelaku bisnis terutama di bidang café harus memberikan sesuatu yang berbeda dan mempunyai keunggulan untuk menarik minat konsumen, karena bisnis café saat ini bukan lagi sekedar bisnis menjual makanan tetapi sudah sampai pada suasana, menjual lingkungan dan layanan. Dengan demikian kepuasan menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana pelaku usaha dalam melakukan berbagai upaya agar konsumen mau menggunakan produk dan jasa tersebut secara terus menerus sehingga terciptanya pembelian yang berkelanjutan.

Kualitas produk adalah salah satu yang sangat diperhatikan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya, terutama usaha yang bergerak pada produk berwujud. Berbeda dengan usaha yang bergerak dijasa yang lebih mengutamakan kualitas pelayanan, karena dengan memberikan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan hareapan konsumen akan menciptakan kepuasan. Kualitas produk yang dimaksud terdiri atas Kinerja produk (*Performance*), keistimewaan produk (*Features*), Kehandalan (*Realibility*), Kesesuaian produk (*Conformance*), Dayatahan produk (*Durability*), Estetika (*Esthetica*), dan Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality*).

Jasa menawarkan kepada konsumennya satu paket manfaat yang terdiri atas dua bagian, yaitu produk inti dan layanan atau jasa pelengkap yang dapat menambahkan nilai bagi inti produk tersebut. jasa lebih mementingkan kualitas pelayanan, karena jasa merupakan suatu produk yang tidak berwujud sehingga untuk dapat menyampaikan jasa secara maksimal, maka kualitas jasa merupakan salah satu cara untuk mencapai hal tersebut. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan sesuai diharapkan mampu memberikan sesuatu pengalaman yang berkesan kepada konsumen dalam hal lingkungan fisik atau interaksi yang dilakukan dengan karyawan. Kualitas pelayan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan. Kurang baiknya kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, jika kepuasan terjadi konsumen tersebut dapat mengubah sikapnya dengan kecenderungan beralih menggunakan produk atau jasa dari pesaing lainnya.

Kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam konsep pemasaran. Melihat tingginya tingkat kepentingannya pada pemasaran, kepuasan telah menjadi subyek dari beberapa penelitian konsumen yang dilakukan cukup gencar oleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah keinginan konsumen yang sebenarnya. Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen untuk memutuskan dengan memberikan kualitas produk yang baik dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Artinya, memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan konsumen, dengan tujuan untuk mendapatkan para konsumen yang loyal sehingga memberikan manfaat yang tinggi bagi perusahaan.

Kota Bandung berangsur-angsur menjadi kota wisata kuliner yang selalu membuat inovasi baru dalam menghadirkan menu-menu dibidang makanan dan minuman. Kawasan Dago sampai Dipatiukur merupakan tempat terkenal di kota Bandung, ditempat inilah kita dapat menjumpai segala macam apa yang banyak orang inginkan mulai dari berbagai tempat wisata di Bandung sehingga layak dikatakan *“One Stop Holiday”.* Dipatiukur juga menawarkan berbagai macam café dengan menu-menu yang unik serta kreatif, salah satu *café* yang menyediakannya adalah *Toastcream* Bandung yang beralamat di JL. Teuku Umar No. 2/70 memiliki tempat yang strategis karena berada di samping kampus UNPAD.

Semakin ketatnya persaingan menjadi tantangan maupun ancaman bagi pelaku usaha tersebut dan menjadikan seleksi alam bagi para pemain bisnis café untuk bisa atau tidaknya bertahan di pasar yang selalu dinamis. Menyadari hal tersebut membuat perusahaan harus berjuang keras untuk mencapai tujuan dengan melakukan berbagai cara salah satunya yaitu dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat. Saat ini para pelaku bisnis dituntut untuk mempunyai kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, serta mampu memenuhi dan menanggapi setiap tuntutan konsumen yang terus berubah-ubah. Selain itu adanya kecenderungan bagi masyarakat untuk mencari makanan yang unik dan ingin mencoba makanan yang lain dari biasanya untuk *refreshing* bersama teman, pasangan dan keluarga. Banyaknya *competitor* atau pesaing di sepanjang jalan Dipatiukur yang memiliki konsep dan produk sejenis membuat *Toastcream* harus mampu bersaing dengan para pelaku bisnis café lainnya. Berikut daftar café pesaing di sepanjang jalan Dipatiukur adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Daftar *Pesaing Toastcream***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | ***Pesaing Toastcream*** | **Alamat** |
| 1. | PT. Rasa | Jln. Tamblong No.15 |
| 2. | Braga Permai | Jln. Braga No.58 |
| 3. | Sumber Hidangan | Jln. Braga No.20 |
| 4. | Mangkok Manis  | Jln. Cihampelas No.101 |
| 5. | Rit’s Ice Cream | Jln. Setiabudi No388 |
| 6. | Pesca | Jln. Otto Iskandardinata No.404 |
| 7. | The Dream’s Cake | Jln. Trunojoyo No.23 |
| 8. | Noodle Ice Cream | Jln. Teuku Umar No.22 |
| 9. | Greentea Holics | Jln. Ternate No.5 |
| 10. | Kedai Update | Jln. Teuku Umar No.15 |

 Sumber : Duniakulinerbandung.com

Informasi kepuasan sangat penting sebagai bahan evaluasi untuk menjadikan *Café Toastcream* lebih baik lagi, berikut adalah data jumlah pembelian konsumen maka keseluruhan data jumlah konsumen tersebut digambarkan pada Gambar 1.1:

**Gambar 1.1**

**Data Konsumen *Toastcream* Dipatiukur Bandung (2015)**

Sumber : *Toastcream* Dipatiukur

Gambar 1.1. diatas menunjukan bahwa telah terjadi Fluktuatif jumlah konsumen secara keseluruhan sepanjang bulan Januari sampai dengan Desember 2015. Dengan jumlah tinggi berada pada bulan September 2015 sebanyak 1483 pengunjung dan terendah pada bulan Juli 2015 sebanyak 1002 pengunjung. Penurunan jumlah konsumen di *Toastcream* Dipatiukur Bandung terjadi karena adanya masalah, di duga kenaikan dan penurunan ini disebabkan salah satunya merasa tidak puas atas Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang ditawarkan di *Toastcream* dipatiukur Bandung. Maka dari itu peneliti akan mencari faktor apa yang mengakibatkan penurunan.

**Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

**Gambar 1.2**

**Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan dari data yang didapatkan dari hasil pra survey yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Selain melakukan pra survey, peneliti juga berupaya melakukan wawancara kepada beberapa konsumen mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hasil wawancara tersebut dapat di simpulkan bahwa : Kualitas produk di *Toastcream* yang masih kurang baik, ukuran prosi yang kurang pas sarana parkir yang kurang luas, konsumen tidak puas dengan porsi makanan yang diberikan *Toastcream,Exterior* (bagian depan toko) yang terkait dengan pintu masuk menimbulkan kemacetan yang terjadi antara konsumen yang memasuki toko, melakukan pembayaran, dan keluar dari toko sehingga konsumen kurang nyaman masuk ke dalam toko, kurang cepatnya penyajian makanan yang sudah dipesan oleh konsumen, *general interior* (bagian dalam toko) kurang menyenangkan terkait motif konsumen memasuki toko seperti pencahayaan yang kurang baik.

 Berdasarkan uraian di atas, maka menjadi suatu pertimbangan bagi penulis untuk membahas penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Toastcream* DipatiukurBandung**

1. **Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka berikut ini penulis mengidentifikasikan dan merumuskan masalah dari penelitian.

**1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dari fenomena yang diperoleh, maka penulis mengidentifikasikan masalah yang terjadi pada *Toastcream* Dipatiukur Bandung.

1. Penurunan kepuasan konsumen.
2. kenaikan dan penurunan jumlah konsumen dibulan tertentu pada *Toastcream* Dipatiukur.
3. Makanan dan minuman di *Toastcream* yang masih kurang sesuai harapan.
4. Ukuran prosinya di *Toastcream* kurang pas.
5. Sarana parkir yang kurang luas.
6. *Exterior* (bagian depan toko) yang terkait dengan pintu masuk menimbulkan kemacetan yang terjadi antara konsumen yang memasuki toko, melakukan pembayaran, dan keluar dari toko sehingga konsumen kurang nyaman masuk ke dalam toko.
7. Adanya keluhan mengenai kurang cepatnya penyajian makanan yang sudah dipesan oleh konsumen.
8. *General interior* (bagian dalam toko) kurang menyenangkan terkait motif konsumen memasuki toko seperti pencahayaan yang kurang baik.

**1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diajukan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk pada *Toastcream* Dipatiukur.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh *Toastcream* Dipatiukur.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada *Toastcream* Dipatiukur.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Toastcream* Dipatiukur.

**1.3 Tujuan**

Penelitian ini mempunyai tujuan yang harus dicapai mengacu pada rumusan

masalah penelitian, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji hal-hal sebagai berikut:

1. Tanggapan para konsumen mengenai kualitas produk yang dimiliki oleh *Toastcream* Dipatiukur.
2. Tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh *Toastcream* Dipatiukur.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen di *Toastcream* Dipatiukur.
4. Besarnya pengaruh kualita produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *Toastcream* Dipatiukur baik secara simultan maupun parsial.
	1. **Kegunaan Penelitian**

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan penelitian diatas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun praktis.

* + 1. **Kegunaan Secara Akademis**
1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan pada perkuliahan.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.
	* 1. **Kegunaan Secara Praktis**
3. Bagi Penulis
4. Dengan penelitian ini saya lebih mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada di Toastcream Bandung.
5. Dengan penelitian ini saya lebih mengetahui harapan keinginan konsumen untuk mencapai suatu kepuasan.
6. Penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan dan pengalaman penulis dalam mengaplikasikan atau mempraktekan ilmu yang telah didapatnya.
7. Bagi *Toastcream* Bandung

 Penelitian ini akan menjadi suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan bahan pertimbangan dalam kualitas produk dan kualitas pelayanan.

1. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memperkaya cara berfikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan.