

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Di samping itu, banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Hal ini menyebabkan perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Salah satu hal yang menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia yaitu pangan, maka masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat terus melangsungkan hidupnya. Dalam menikmati makanan atau hidangan, setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih kafe yang indah dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang dikeluarkannya. Disamping itu, ada pula yang lebih cenderung memilih kafe yang

biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan daripada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih kafe biasa namun menghadirkan menu yang lezat sesuai dengan selera mereka sehingga memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen tersebut.

Kota Bandung sejak dahulu dikenal sebagai kota yang memiliki beragam kekhasan yang memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat Indonesia, terkenal sebagai kota wisata, kota fashion, dan kota kuliner, beraneka ragam fashion yang ditawarkan menjadi ciri khas tersendiri di kota ini. Banyaknya wisatawan lokal dan wisatawan asing yang berkunjung ke kota Bandung, dengan tujuan beragam seperti sekedar untuk shopping atau pun hanya untuk menghabiskan waktu libur dengan menikmati suasana Kota Bandung, telah tercantum dalam Undang – Undang pariwisata di Kota Bandung dan peraturan Daerah Kota Bandung mengenai pariwisata di Kota Bandung yaitu Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dan Peraturan Daerah Nomor 07 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata.

Perubahan gaya hidup (*lifestyle*) dialami oleh masyarakat pada saat ini. Salah satu manifestasi gaya hidup modern saat ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang nongkrong di kafe atau *coffe shop*. Hal ini didukung oleh pendapat Renald Kasali, seorang pakar di bidang pemasaran yang berkata, “Ngopi kini bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian gaya hidup, dimana *coffe shop* menjadi tempat kongkow yang amat diminati.” Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul.

Fenomena maraknya *coffee shop* terjadi di Kota Bandung. Sikap konsumen dan minat beli di sebuah *coffee shop* dipengaruhi beberapa hal, seperti harga yang terjangkau maupun sarana fisik yang memadai. Hal tersebut mutlak dilakukan oleh pemilik usaha yang sedang dikelola. Untuk bertahannya sebuah usaha, maka haruslah memikirkan cara efektif dan efisien agar dapat bersaing. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen. Berikut adalah perkembangan industri kafe di Kota Bandung :

Tabel 1.1
Perkembangan Industri Kafe di Kota Bandung

Tahun	Jumlah Kafe	Persentase Kenaikan
2010	191	2,68%
2011	196	2,61%
2012	235	19,89%
2013	432	49,8%
2014	653	51,2%

Sumber : Kota Bandung Dalam Angka, 2015 (Bandungkota.bps.go.id)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 terdapat peningkatan jumlah kafe yang mengakibatkan persaingan di Kota Bandung juga meningkat. Pada tahun 2011 presentase jumlah kafe di Kota Bandung menurun 2,61%, pada tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 19,89%, pada tahun 2013 meningkat sebanyak 49,8%, dan pada tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 51,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan usaha kafe di Kota Bandung setiap tahun semakin ketat.

Salah satu jenis kafe yang sedang *booming* di kalangan anak muda kota Bandung belakangan ini adalah kafe mie ramen, yang merupakan salah satu jenis

Asian cuisine. Mie yang berasal dari negara Cina ini memang menjadi makanan yang cukup *booming* setidaknya dalam 1-2 tahun terakhir. Hal tersebut dapat dilihat dari munculnya berbagai restoran, rumah makan, cafe, maupun kedai yang menjual ramen di kota Bandung. Menu ramen sendiri sebenarnya diadaptasi dari negara Cina, namun disajikan dengan gaya asli Jepang. Umumnya ramen disajikan dengan kuah kaldu panas dengan berbagai pilihan *topping*. Untuk menarik minat pelanggan, banyak pelaku bisnis yang menciptakan ramen dengan citarasa lokal. Berikut ini adalah data 25 kafe di Kota Bandung yang menyediakan menu mie ramen versi Tripadvisor tahun 2015 :

Tabel 1.2
Data 25 Kafe di Kota Bandung Tahun 2015

No	Nama Kafe	Alamat
1	Bober Café	Jl. Riau No. 123 Bandung
2	Kafe Halaman	Jl. Tamansari No. 92 Bandung
3	Oh Lala Café	Jl. Ir. H. Juanda No.61 Bandung
4	Kafe Bali	Jl. RE. Martadinata No.215 Bandung
5	Green Café	Jl. Pelajar Pejuang No. 69 Bandung
6	Beat N Bite Café	Jl. Ambon No. 8 Bandung
7	Karamba Café	Jl. Sultan Tirtayasa No. 26 Bandung
8	Violet Café	Jl. Braga No. 54 Bandung
9	Tokyo Connection	Jl. Progo No.5 Bandung
10	Hanamasa	Jl. Ir. H. Juanda No.48 Bandung
11	Gokana Teppan	Jl. Pelajar Pejuang No. 45 Bandung
12	Kedai Ling-ling	Jl. Sukajadi No. 157 Bandung
13	Fuku Ramen	Jl. Sunda No. 46 Bandung
14	Ramen House	Jl. Riau No. 111 Bandung
15	Jigoku Ramen	Jl. Dipatiukur No. 40 Bandung
16	Sume Ramen	Jl. Pajajaran No. 43 Bandung
17	Kafe Kuma Ramen	Jl. Lengkong Besar No. 71 Bandung
18	Kafe Rider Ramen	Jl. Setiabudi No. 37 Bandung
19	Oishi Ramen and Sushi	Jl. Pramuka No. 69 Bandung
20	Udin Ramen	Jl. Tamansari Bandung
25	Kafe Ramen Aboy	Jl. Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung

Sumber : www.tripadvisor.com

Berdasarkan Tabel 1.2 pada halaman sebelumnya dapat diketahui bahwa Bober Kafe yang beralamat di Jl. Riau No. 123 Bandung menduduki posisi pertama, sedangkan Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir 40 Bandung menduduki peringkat terakhir dan termasuk kafe yang kurang diminati. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pemasaran pada kafe belum optimal. Selanjutnya untuk mengetahui hal-hal apa saja yang menyebabkan kafe tersebut berada pada posisi terakhir, maka diperoleh hasil wawancara dengan *owner* kafe pada tanggal 13 Juni 2016 didapat pula jumlah pengunjung kafe tersebut sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jumlah Pengunjung Kafe Ramen Aboy
Cabang Jalan Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung

Tahun	Bulan	Jumlah Pengunjung	Keterangan
2015	Agustus	1800	-
2015	September	3873	(+)2073
2015	Oktober	2167	(-)1706
2015	November	2555	(+) 388
2015	Desember	2144	(-) 411
2016	Januari	4129	(+)1985
2016	Februari	3703	(-) 426
2016	Maret	3288	(-) 415
2016	April	2954	(-) 334

Sumber : Kafe Ramen Aboy

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Kafe Ramen Aboy ini berfluktuatif tetapi cenderung mengalami penurunan, yaitu pada bulan September, November 2015, dan Januari 2016 mengalami peningkatan pengunjung, sedangkan pada bulan Oktober, Desember 2015, Februari, Maret, dan April 2016 mengalami penurunan jumlah pengunjung, dimana penurunan pengunjung terjadi selama tiga bulan berturut.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* Kafe Ramen Aboy pada tanggal 13 Juni 2016 didapat pula data pendapatan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.4
Data Pendapatan Kafe Ramen Aboy Cabang Jalan
Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung

Tahun	Bulan	Pendapatan Per/bulan	Keterangan
2015	Agustus	Rp. 162.000.000	-
2015	September	Rp. 170.000.000	(+) Rp.8000.000
2015	Oktober	Rp. 165.000.000	(-) Rp.5.000.000
2015	November	Rp. 190.000.000	(+) Rp.25.000.000
2015	Desember	Rp. 185.000.000	(-) Rp.5.000.000
2016	Januari	Rp. 192.000.000	(+) Rp.7.000.000
2016	Februari	Rp. 190.000.000	(-) Rp.2.000.000
2016	Maret	Rp. 181.500.000	(-) Rp.8.500.000
2016	April	Rp. 160.000.000	(-) Rp.21.500.00

Sumber : Kafe Ramen Aboy

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa data pendapatan berfluktuatif dan cenderung mengalami penurunan. Penurunan terjadi selama tiga bulan terakhir yaitu pada bulan Februari, Maret, dan April 2016. Pada tahun pertama hingga tahun ke dua kafe berdiri, kafe ini tidak pernah sepi dikunjungi pelanggannya. Konsumen bersedia mengantri dalam waktu yang lama hanya untuk menikmati mie ramen. Akhir-akhir ini cenderung mengalami penurunan penjualan dikarenakan semakin banyaknya bisnis atau usaha rumah makan sejenis. Menurut Handi (2009:132) menyatakan bahwa turunnya data transaksi bisa dipengaruhi oleh turunnya kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas maka ditandai dengan rasa senang, begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa sedih maka dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut tidak puas. Selain itu, banyaknya konsumen yang mengeluh juga menandakan bahwa konsumen tersebut merasa tidak

puas. Keluhan konsumen dijadikan sebagai salah satu alat untuk mengukur seberapa besar kepuasan konsumen. Berikut adalah data keluhan konsumen :

Tabel 1.5
Data Keluhan Konsumen Bulan Januari-April 2016
Kafe Ramen Aboy Cabang Jalan Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung

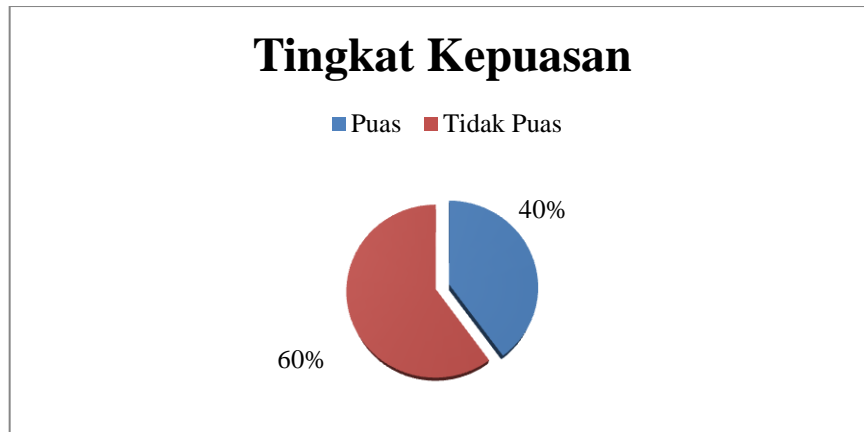
No	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Harga menjadi lebih mahal	24
2	Harga naik tetapi porsi ramen menjadi sedikit	18
3	Konsumen terkadang merasa kesulitan menemukan tempat parkir	19
4	Meja dan tempat duduk yang sedikit	21
5	Kondisi meja kotor dan berantakan sehingga membuat konsumen tidak nyaman	16
Total		98

Sumber : Kafe Ramen Aboy

Berdasarkan Tabel 1.5 diatas menunjukkan bahwa sebanyak 98 orang konsumen mengeluh, yaitu diantaranya 24 orang konsumen menyatakan bahwa harga menjadi lebih mahal, 18 orang konsumen menyatakan bahwa harga naik tetapi porsi makanan menjadi sedikit, 19 orang konsumen menyatakan bahwa konsumen kesulitan menemukan tempat parkir, 21 orang konsumen menyatakan bahwa ketersediaan meja dan tempat duduk yang sedikit, dan 16 orang konsumen menyatakan bahwa kondisi meja kotor dan berantakan sehingga membuat konsumen tidak nyaman. Maka dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen pada Kafe Ramen Aboy berada dalam kondisi tidak puas.

Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden konsumen yang berkunjung ke Kafe

Ramen Aboy. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :



Gambar 1.1
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen
Sumber : Hasil Penelitian Pendahuluan

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Gambar 1.1 menyatakan bahwa kepuasan konsumen terhadap Kafe Ramen Aboy sekitar 40 % merasa puas dan sekitar 60 % merasa tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Fandy Tjiptono 2010:160). Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Maka tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Sebagaimana yang dikatakan Kotler dan Keller (2012:144) yaitu kepuasan merupakan tingkat rasa setelah

membandingkan tingkat kinerja yang dia rasakan dengan harapan-harapannya, dimana dilihat dari data diatas masih belum memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas.

Melihat penyebab fenomena yang terjadi, penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden. Penelitian pendahuluan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan kepuasan konsumen yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan di kafe tersebut. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah bauran pemasaran. Kafe Ramen Aboy adalah usaha yang bergerak di bidang jasa yang tidak hanya menjual produk tetapi juga memberikan *service* kepada kosumen. Hasil penelitian pendahuluan pada Kafe Ramen Aboy akan peneliti sajikan pada halaman selanjutnya yaitu :

Tabel 1.6
Hasil Penelitian Pendahuluan Terkait Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Kafe Ramen Aboy

No	Keterangan	Pernyataan	Persentase Penilaian				
			SS	S	CS	TS	STS
1	<i>Product</i>	Produk makanan dan minuman di Kafe Ramen Aboy menarik perhatian	27%	33%	33%	3%	4%
		Produk makanan dan minuman di Kafe Ramen Aboy sesuai dengan harapan	27%	37%	27%	6%	3%
2	<i>Price</i>	Harga yang ditawarkan sangat cocok untuk semua kalangan usia	3%	17%	10%	40%	40%
		Harga yang ditawarkan terjangkau	8%	12%	27%	38%	15%

No	Keterangan	Pernyataan	Persentase Penilaian				
			SS	S	CS	TS	STS
3	<i>Place</i>	Kafe Ramen Aboy sangat strategis	23%	37%	30%	7%	3%
		Kafe Ramen Aboy sangat nyaman	27%	36%	27%	7%	3%
4	<i>Promotion</i>	Promosi Kafe Ramen Aboy sangat cepat sampai pada konsumen	34%	39%	17%	7%	3%
		Pesan promosi yang disampaikan Kafe Ramen Aboy sangat menarik	30%	57%	10%	3%	-
5	<i>People</i>	Saya merasa dilayani dengan baik oleh karyawan atau pemilik	32%	52%	12%	2%	2%
		Karyawan atau pemilik bersikap sopan kepada konsumen	30%	48%	15%	3%	4%
6	<i>Process</i>	Proses pemesanan makanan dan minuman Kafe Ramen Aboy cepat ditanggapi oleh pelayan	32%	41%	20%	3%	4%
		Proses pembayaran di Kafe Ramen Aboy sangat mudah	43%	38%	15%	4%	-
7	<i>Physical Evidence</i>	Ketersediaan tempat duduk di Kafe Ramen Aboy sangat banyak	15%	17%	22%	28%	18%
		Lahan parkir kendaraan di Kafe Ramen Aboy sangat luas	7%	7%	20%	39%	27%

Sumber : Hasil Penelitian Pendahuluan

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.5 terdapat masalah di Kafe Ramen Aboy Cabang Jalan Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung. Bauran pemasaran yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen diantaranya adalah harga, dimana dari 30 responden menyatakan 80% tidak setuju dan 20% menyatakan setuju. Maka dapat diartikan bahwa harga di kafe tersebut mahal menurut konsumen. Mahalnya harga dari suatu produk atau jasa dapat mengakibatkan kepuasan konsumen turun. Menurut Kotler dan Keller (2012: 439) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atau manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga dilihat dari sudut pandang konsumen seringkali digunakan sebagai indikator nilai. Apabila harga dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas produk barang maupun jasa, nilai didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. Dengan kesediaan petunjuk-petunjuk yang bersifat nyata, konsumen mengasosiasikan harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk atau jasa yang tinggi pula. Menurut Lupyoadi (2010) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga juga memainkan peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari produk atau jasa tersebut.

Setelah ditinjau dari faktor harga, maka selanjutnya faktor sarana fisik juga merupakan hal yang menjadi pertimbangan atas kepuasan konsumen pada Kafe Ramen Aboy. Sarana fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli maupun menggunakan produk atau jasa

yang ditawarkan (Kotler dan Amstrong 2012:62). Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan mengenai sarana fisik yaitu sebanyak 68 % menyatakan tidak setuju dan 32 % menyatakan setuju, dapat diartikan bahwa sarana fisik berada dalam kondisi kurang baik yaitu diantaranya ketersediaan tempat duduk yang kurang atau sedikit dan sempitnya lahan parkir kendaraan yang kemudian berdampak pada kurangnya kepuasan konsumen. Menurut Zeithmal (2011) menyatakan bahwa sarana fisik memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena turut mempengaruhi keadaan atau kondisi yang dialami konsumen.

Berdasarkan fenomena permasalahan yang diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul : **“Pengaruh Harga dan Sarana Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Ramen Aboy”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Pada sub-bab ini penulis akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah mengenai harga, sarana fisik, dan kepuasan konsumen. Identifikasi masalah diperoleh dari latar belakang penelitian, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Adanya peningkatan jumlah kafe di Kota Bandung.

2. Persaingan bisnis kafe yang semakin ketat.
3. Penurunan jumlah pengunjung pada Kafe Ramen Aboy Cabang Jalan Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung.
4. Pendapatan mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan pada Kafe Ramen Aboy Cabang Jalan Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung.
5. Banyaknya keluhan konsumen pada Kafe Ramen Aboy Cabang Jalan Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung.
6. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan bahwa harga pada Kafe Ramen Aboy Cabang Jalan Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung terbilang mahal.
7. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan bahwa sarana fisik di Kafe Ramen Aboy Cabang Jalan Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung berada dalam kondisi kurang baik.
8. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan bahwa konsumen pada Kafe Ramen Aboy Cabang Jalan Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung merasa tidak puas.

1.2.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap harga pada Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir 40 Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap sarana fisik pada Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir 40 Bandung.
3. Bagaimana tanggapan kosumen terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir 40 Bandung.

4. Seberapa besar pengaruh harga dan sarana fisik terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir 40 Bandung, baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen terhadap harga pada Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir 40 Bandung.
2. Tanggapan konsumen terhadap sarana fisik pada Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir 40 Bandung.
3. Besaran kepuasan konsumen terhadap Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir 40 Bandung.
4. Besaran pengaruh harga dan sarana fisik terhadap kepuasan konsumen Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir 40 Bandung, baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian diatas.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini ditujukan untuk menguji apakah variabel harga dan sarana fisik dapat memperlihatkan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian inilah yang diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

- a. Penulis mendapatkan pengalaman langsung yaitu bidang manajemen pemasaran dan lebih mengetahui tentang pengaruh harga dan sarana fisik terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Ramen Aboy Cabang Gegerkalong Hilir No. 40 Bandung.
- b. Penulis dapat mengetahui bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga dan sarana fisik terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai pentingnya pengaruh harga dan sarana fisik terhadap kepuasan konsumen.
- b. Dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan melakukan usulan-usulan yang diberikan penulis.

3. Bagi Peneliti Lain

- a. Membantu pembaca untuk mengetahui dan mengerti mengenai pengaruh harga dan sarana fisik terhadap kepuasan konsumen.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi atau sumbangan pikiran yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan mengadakan penelitian pada bidang yang sama.