

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi masyarakat yang semakin bertambah berdampak pada semakin bertambah pula aneka ragam kebutuhan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan konsumen. Perusahaan sebagai penghasil produk barang dan jasa memiliki peranan yang penting dalam memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan perkembangan teknologi. globalisasi telah mendorong dunia bisnis menjadi semakin kompetitif dan mempertajam yang akhirnya membawa konsekuensi hanya perusahaan yang mempunyai kemampuan bersaing saja yang dapat bertahan.

Persaingan yang selalu muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya pemikiran-pemikiran yang baru yang dapat membangun produk atau jasa yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Kondisi ini menyebabkan perubahan paradigma dalam pemasaran, sehingga perubahan ini dapat memotivasi para manajer untuk mengembangkan Harga atau jasa agar bersifat global, untuk meningkatkan daya saing peluang bisnis pada pemasaran jasa tidak dapat dilepaskan dari dinamika, situasi dan kondisi faktor external yang melingkupinya. Untuk dapat bertahan hidup dan memperoleh keuntungan yang wajar, organisasi jasa dituntut untuk secara terus menerus menyesuaikan produk jasanya dengan kebutuhan masyarakat pengguna jasanya.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi potensial bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan usaha, khususnya kota Bandung selain mempunyai banyak objek wisata alam maupun objek wisata sejarah. Kota Bandung pun menawarkan pengalaman berwisata yang menarik yaitu wisata belanja pakaian (*factory outlet*) dan wisata kuliner. Wisata kuliner dipilih para wisatawan karena Bandung dikenal dengan suasana yang sejuk dan tempat yang tepat untuk berwisata kuliner. Bandung banyak menawarkan hidangan-hidangan kuliner mulai dari tradisional sampai internasional. Maka dari itu para pelaku bisnis berlomba-lomba membuka usaha di bidang kuliner. Usaha kuliner kota Bandung pun sangat bermacam-macam mulai dari kafe atau *coffe shop*, restoran, *food court*, sampai pedagang kaki lima. (<http://bandungtourism.com>). Banyaknya wisatawan lokal dan wisatawan asing yang datang ke kota Bandung tiap harinya membuat berbisnis di kota ini sangatlah menguntungkan dan sangat potensial. Hal ini berdampak pada makin banyaknya para pelaku usaha yang terus berinovasi dan membuat ide-ide baru yang bertujuan untuk menarik para konsumennya. Dalam hal ini peran pemerintah sangatlah penting untuk membantu membuat kota Bandung semakin berkembang dan maju. Fasilitas penunjang atau infrastruktur seperti jalan yang mudah ditempuh, sarana transportasi yang mudah, serta keamanan dan kenyamanan bagi para pengunjung wisata haruslah diperhatikan.

Dalam rangka mewujudkan visi kota Bandung yang unggul, nyaman dan sejahtera melalui misi pembangunan ekonomi yang kokoh, maju dan berkeadilan. Dinas koperasi UKM dan perindustrian perdagangan kota Bandung sebagai salah satu perangkat daerah memprediksi kota Bandung akan menjadi kekuatan

ekonomi baru baik ditingkat regional maupun nasional. Maka dari itu untuk mencapai kekuatan ekonomi baru ditingkat regional maupun nasional diperlukan perencanaan, pengaturan dan pengawasan, dengan mengacu kepada peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 54 tahun 2010 tentang penetapan rencana strategis dinas koperasi UKM dan perindustrian perdagangan kota Bandung nomor 25 pasal 19 tahun 2004. Sektor perdagangan, hotel, dan restoran memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian kota Bandung tercermin dari banyaknya jenis usaha seperti distro, *clothing*, dan kuliner yang membuat kota Bandung dijadikan sebagai kota destinasi wisata belanja serta wisata kuliner.

Pada umumnya makanan dikonsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang paling mendasar, namun seiring dengan perkembangan jaman serta perekonomian yang sudah semakin maju, tempat makan dan cara penyajiannya juga sangat beragam dan lebih bervariasi sesuai dengan selera dari masyarakat. Saat ini masyarakat mengalami perubahan gaya hidup (*lifestyle*). Salah satu manifestasi gaya hidup modern saat ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang nongkrong di kafe.

Fenomena maraknya kafe dan Resto juga terjadi di Kota Bandung. 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.

Perkembangan kafe dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis kafe semakin dituntut untuk mempunyai dan membuat strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Dalam memenangkan persaingan tersebut dapat dilakukan dengan menampilkan kualitas produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan selalu berubah-ubah, serta dengan pelayanan yang memuaskan. Pada halaman selanjutnya penulis sajikan data mengenai jumlah restoran dan rumah makan di kota Bandung pada tahun 2008-2014 :

Tabel 1.1
Jumlah Restoran dan Rumah Makan di Kota Bandung
Tahun 2008-2014

No	Tahun	Jumlah Restoran dan Rumah Makan
1	2008	415
2	2009	431
3	2010	439
4	2011	512
5	2012	543
6	2013	629
7	2014	653

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2014

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan jumlah restoran dan rumah makan di kota Bandung dari tahun 2008 sampai 2014. Hal tersebut dapat memperlihatkan bahwa persaingan di bidang kuliner sangat ketat, yang dapat kita lihat dari terus bertambahnya jumlah restoran dan rumah makan yang tersebar di kota Bandung dan hal tersebut mungkin saja akan terus bertambah dari tahun ke

tahun. Usaha restoran dan rumah makan di kota Bandung banyak menawarkan beragam jenis makanan. Jenis restoran dan rumah makan tersebut diantaranya *Sundanese cuisine, Indonesian cuisine, Asian cuisine, European and western cuisine, bar and Cafe, dan fast food*. Berikut adalah data 20 usaha kafe di Kota Bandung versi Tripadvisor.com Tahun 2016 yang penulis sajikan pada halaman selanjutnya :

Tabel 1.2
Data Usaha Kafe di Kota Bandung di Tahun 2016

No	Kafe	Lokasi
1	Bober <i>Cafe</i>	Jl. Riau No.123
2	Kedai Mamah Eha	Jl. Diponegoro No.3A
3	Upnormal <i>Cafe</i>	Jl. Cihampelas No.74
4	Eat boss <i>Cafe</i>	Jl. Dago No.72
5	What's up <i>Cafe</i>	Jl. Burangrang No.37
6	The cubes <i>Cafe</i>	Jl. Dipatiukur No.105
7	Wiki Koffie	Jl. Braga No.90
8	Marlo Eat & Share <i>Cafe</i>	Jl. Tamblong No.48-50
9	Warung Uyenk	Jl. Sulanjana No.7
10	Roti Gempol dan Kopi Anjis	Jl. Bengawan No.34
11	Black Romantic	Jl. Gelap Nyawang Blok B
12	Kantinnasion The Panasdalam <i>Cafe</i>	Jl. Ambon No.8a

Sumber : <http://www.tripadvisor.com/>

Berdasarkan Tabel 1.2 menurut rating di tripadvisor dapat diketahui bahwa Bober Cafe menduduki posisi pertama, sedangkan Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* yang berlokasi di jalan Ambon No.8a Bandung menduduki di posisi peringkat terakhir dibandingkan rumah makan dan restoran sejenis lainnya yang dinilai berdasarkan jenis makanan yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, nilai dari pelanggan dan suasana rumah makan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pemasaran pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* belum maksimal sehingga

kepuasan konsumen di Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* menurun. Berkaitan dari data tersebut peneliti ingin melakukan penelitian di Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*, dan berdasarkan hasil wawancara dengan *manager* Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* pada tanggal 23 Desember 2016 didapat pula jumlah pengunjung Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* tersebut yang penulis sajikan pada halaman selanjutnta:

Tabel 1.3
Jumlah Konsumen Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* Bandung

Tahun	Bulan	Jumlah Pengunjung	Naik/ Turun
2016	Maret	4456	-
2016	April	4873	(+) 417
2016	Mei	4667	(-) 206
2016	Juni	3982	(-) 685
2016	Juli	3744	(+) 238
2016	Agustus	4129	(+) 385
2016	September	4258	(+) 129
2016	Oktober	3788	(-) 470
2016	November	3230	(-) 558

Sumber : Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* pada bulan Maret 2016, April 2016, Agustus dan September 2016 mengalami peningkatan pengunjung, sedangkan pada bulan Mei, Juni, Juli, Oktober hingga November 2016 mengalami penurunan jumlah pengunjung Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*. Penurunan tertinggi terjadi pada bulan juni dan Peningkatan tertinggi terjadi pada bulan april Menurut Handi (2010) menyatakan bahwa turunnya data pengunjung bisa dipengaruhi oleh turunnya kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas maka ditandai dengan rasa

senang, begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa kecewa maka dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut tidak puas. Kepuasan konsumen tentunya akan mempengaruhi penjualan di cafe tersebut maka dari itu hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan salah satunya yaitu harga dan suasana cafe yang nyaman dan memadai. Selain itu, banyaknya konsumen yang mengeluh juga menandakan bahwa konsumen tersebut merasa tidak puas. Dalam bisnis pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktifitasnya, kebanyakan dari penjualan produk atau jasa kepada konsumen. Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan manajer Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* pada tanggal 23 Desember 2016 didapat pula data pendapatan yang penulis sajikan berikut ini:

Tabel 1.4
Data Pendapatan Kantinnasion The Panasdalam Cafe

Tahun	Bulan	Pendapatan Per/Bulan	Keterangan
2016	Maret	Rp. 315.080.000	-
2016	April	Rp. 327.900.000	(+) Rp. 12.820.000
2016	Mei	Rp. 330.820.000	(+) Rp. 2.920.000
2016	Juni	Rp. 298.900.000	(-) Rp. 31.920.000
2016	Juli	Rp. 270.600.000	(-) Rp.28.300.000
2016	Agustus	Rp. 298.400.000	(+) Rp. 27.800.000
2016	September	Rp. 299.850.000	(+) Rp. 1.450.000
2016	Oktober	Rp. 255.400.000	(-) Rp. 44.450.000
2016	November	Rp. 220.500.000	(-) Rp. 34.900.000

Sumber: Manajer Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas, dapat dilihat bahwa pendapatan di Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* tidak tetap dan cenderung mengalami penurunan. Penurunan terjadi selama dua bulan terakhir ini, dan penurunan

pendapatan yang sangat drastis terjadi pada bulan Oktober 2016 yaitu sebesar Rp. 44.450.000,-. Peningkatan pendapatan tertinggi terjadi pada bulan Agustus 2016 sebesar Rp. 27.800.000,-. Akhir-akhir ini cenderung mengalami penurunan penjualan dikarenakan semakin banyaknya bisnis atau usaha rumah makan sejenis dan lebih bervariasi. 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 pada Kantinasion The Panasdalam Cafe:

Tabel 1.5
Data Keluhan Konsumen Bulan Oktober 2016-Maret 2017
Kantinasion The Panasdalam Cafe Bandung

No	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Harga terbilang mahal	670
2	Tempat parkir kurang luas	779
3	Ruangan terasa panas, dikarenakan tidak ada pendingin ruangan	416
4	Toilet tidak memadai dan kurang banyak	355
5	Store interior kurang menarik	227
Total		2.447

Sumber : Kantinasion The Panasdalam Cafe Bandung

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas, menunjukkan bahwa sebanyak 2.447 orang konsumen mengeluh, yaitu diantaranya 670 orang konsumen menyatakan bahwa

harga terbilang mahal, 779 orang konsumen menyatakan bahwa tempat parkir kurang luas, 416 orang menyatakan ruangan terasa panas, toilet tidak memadai dan kurang banyak dan store interior kurang menarik sebanyak 227 orang. Dengan adanya konsumen yang mengeluh, maka dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam Cafe berada dalam kondisi tidak puas. Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi Kantinnasion The Panasdalam Cafe, maka selanjutnya peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke Kantinnasion The Panasdalam Cafe. Hal ini dilakukan agar konsumen memiliki rasa percaya terhadap Kantinnasion The Panasdalam Cafe dan mau melakukan pembelian kembali di Kantinnasion The Panasdalam Cafe yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan konsumen dan menjadi loyal terhadap Kantinnasion The Panasdalam Cafe. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam Cafe yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.6
Hasil Penelitian Pendahuluan Terkait Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penurunan Pendapatan Pada Kantinnasion The Panasdalam Cafe

No	Ket	Pernyataan	Persentase Penilaian				
			SS	S	CS	TS	STS
1.	Keputusan Pembelian	Kantinnasion The Panasdalam Cafe menjadi pilihan utama saya dalam membeli makanan	13,3 3%	36,6 7%	30%	20%	0
		Saya akan menjadikan Kantinnasion The Panasdalam Cafe sebagai tempat berkumpul	20%	33,3 3%	26,6 7%	20%	0
2.		Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan di	16,6 7%	53,3 3%	36,6 7%	23,3 3%	0

No	Ket	Pernyataan	Persentase Penilaian				
			SS	S	CS	TS	STS
	Kepuasan Konsumen	Kantinnasion The Panasdalam Cafe					
		Saya sangat puas dengan suasana dan fasilitas yang diberikan Kantinnasion The Panasdalam Cafe	0	36,6 7%	40%	23,3 3%	0
		Saya sangat puas dengan harga yang ditawarkan di Kantinnasion The Panasdalam Cafe	10%	26,6 7%	20%	30%	13,3 3%
3.	Loyalitas	Saya berminat untuk kembali lagi ke Kantinnasion The Panasdalam Cafe	13,3 3%	43,3 3%	20%	23,3 3%	0
		Saya akan merekomendasikan Kantinnasion The Panasdalam Cafe kepada rekan, keluarga dan sahabat saya	6,67 %	30%	43,3 3%	20%	0

Sumber: hasil Penelitian Pendahuluan

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.6 pada halaman sebelumnya, dapat dilihat dari hasil penelitian pendahuluan pada konsumen Kantinnasion The Panasdalam Cafe dari pernyataan keputusan pembelian, kepuasan konsumen, dan loyalitas. Pada item mengenai kepuasan konsumen dengan pernyataan saya sangat puas dengan suasana dan fasilitas yang diberikan, mayoritas responden menyatakan tidak setuju sebesar 23,33%, cukup setuju 40% dan yang menyatakan setuju sebesar 36,67. Pertanyaan lainnya dengan pernyataan saya sangat puas dengan harga yang ditawarkan Kantinnasion The Panasdalam Cafe sebesar 13,33% menyatakan sangat tidak setuju, 30% menyatakan tidak setuju, 20% menyatakan cukup setuju, 26,67% menyatakan setuju dan 10% menyatakan sangat setuju. Penulis menetapkan untuk menggunakan kepuasan

konsumen sebagai variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa masih ada konsumen yang merasa tidak puas pada produk yang ditawarkan oleh Kantinnasion The Panasdalam Cafe. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut yang menunjukkan persentase tingkat kepuasan konsumen:



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 Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* 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). Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan,

memuaskan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

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 apabila 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 (2012) 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. Berikut ini adalah hasil penelitian pendahuluan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi turunnya kepuasan konsumen terhadap Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*.

Tabel 1.7
Hasil Penelitian Pendahuluan Terkait Dengan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden				
			SS	S	CS	TS	STS
1.	<i>Store Atmosphere</i> (suasana)	Suasana Kantinnasion The Panasdalam <i>Cafe</i> sangat nyaman.	10%	16.7%	23.3%	33.3%	16.7%
2.		Fasilitas parkir yang sangat luas.	3,33 %	3,33%	26.7%	43.4%	23.3%
3.	Harga	Harga sangat cocok pada semua kalangan usia.	10%	6.66%	40%	40%	3,33%

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden				
			SS	S	CS	TS	STS
4.		Harga yang ditawarkan terjangkau.	6,66 %	13%	26.7%	16.7%	6,66%
5.	Kualitas Produk	Produk makanan dan minuman di Kantinnasion The Panasdalam Cafe menarik	3,33 %	16.7%	23.3%	43.4%	13.3%
6.		Produk makanan dan minuman di Kantinnasion The Panasdalam Cafe sesuai dengan harapan	3,33 %	26.7%	20%	30%	20%
7.	Tempat	Lokasi Kantinnasion The Panasdalam Cafe sangat strategis.	23.3 %	53.3%	23.3%	-	-
8.	Fasilitas Fisik	Ketersediaan tempat duduk di kafe sangat banyak.	13.3 %	56.7%	13.3%	10%	6,67%
9.	Promosi	Promosi kafe sangat cepat sampai pada konsumen	6,66 %	60%	33.3%	-	-
10.		Pesan promosi yang disampaikan sangat menarik	10%	30%	40%	13.3%	6,67%
11.	SDM	Produktifitas kinerja Kafe sangat baik	-	30%	40%	23.3%	6,67%
12.		Kecepatan melayani konsumen sangat cepat.	16.7 %	33.3%	36.7%	10%	3,33%
13.	Proses	Pelayanan cepat terhadap konsumen.	6,67 %	40%	33.3%	16.7%	3,33%
14.		Keramahan pelayanan sangat baik.	-	53.3%	33.3%	13.3%	-

Sumber: Hasil Penelitian Pendahuluan (2017)

Berdasarkan Tabel 1.7 dari hasil penelitian pendahuluan yang dibagikan pada Tabel 1.7 konsumen di Kantinnasion The Panasdalam Cafe yaitu dimana dari 30 responden yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga dan *store atmosphere*, yaitu bahwa mengenai *store atmosphere* dari pernyataan nomer 1 menyatakan tidak setuju persentasenya

sebesar 73 % dan 27 % menyatakan setuju dan pada item pernyataan nomer 3 dari harga di Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* menyatakan tidak setuju dengan total persentase sebesar 80 % dan yang menyatakan setuju persentase sebesar 20%. Perhitungan di atas didapatkan dari penjumlahan antara penilaian responden yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju kemudian dibagi keseluruhan jumlah kuisisioner yang dibagikan kepada 30 responden di kali 100%. Hasil persentasi tersebut dianggap sebagai masalah yang terdapat dalam penelitian, karena dapat dibedakan antara penilaian responden yang menyatakan setuju lebih kecil persentasinya dibandingkan dengan jumlah total persentasi yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan fenomena yang ada dalam uraian diatas, peneliti memutuskan untuk meneliti variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap harga Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* karena keterbatasan waktu, biaya dan pemikiran. Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari setiap perusahaan, perusahaan berusaha keras agar produk yang mereka tawarkan dapat membuat puas konsumennya. Begitu pentingnya kepuasan konsumen bagi perusahaan karena merupakan faktor penting yang akan berdampak positif dalam jangka panjang. Kepuasan konsumen adalah menurut Engel, et aln dalam Fandy Tjiptono (2010:146) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya membeli hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan, jika tidak sesuai harapan, rasa

kecewa yang akan didapatkan oleh konsumen, sebaliknya jika sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas.

Kepuasan konsumen muncul akibat dari biaya yang dibebankan untuk suatu barang sesuai dengan Harga yang diterima atau sesuai dengan harapan. *Store atmosphere* (suasana toko) merupakan salah satu unsur dari *retailing mix* yang juga harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel. *Store atmosphere* merupakan unsur senjata lain yang dimiliki toko. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan, toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarányanya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli.

Faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan selain *store atmosphere* dalam bauran pemasaran yaitu 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.

Maka berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik unuk mengadakan penelitian terhadap konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* dengan judul : **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*”**.

1.1.1 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Pada sub-sub ini penulis akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah mengenai variabel harga, variabel kualitas produk, dan kepuasan konsumen. Identifikasi masalah diperoleh dari latar belakang penelitian, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti. Berikut identifikasi masalah dan rumusan masalah:

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Perkembangan bisnis kuliner di Kota Bandung yang semakin meningkat.
2. Bertambahnya jumlah restoran dan rumah makan setiap tahunnya.
3. Ketatnya persaingan di antara rumah makan sejenis.

4. Peringkat Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* berada di posisi paling terakhir dibandingkan rumah makan sejenis yang dinilai berdasarkan jenis makanan yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, nilai dari pelanggan, dan suasana rumah makan.
5. Terjadinya penurunan konsumen Kantinnasion The panasdalam *Cafe* selama 2 bulan terakhir .
6. Terjadinya penurunan pendapatan pada Kantinnasion The panasdalam *Cafe* selama 2 bulan terakhir.
7. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa rendahnya kepuasan konsumen menunjukkan bahwa banyaknya keluhan konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* .
8. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa rendahnya *store atmosphere* dan harga yang di berikan Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* masih belum maksimal dalam memberikan kepuasan konsumen.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian masalah yang disampaikan pada identifikasi masalah diatas, maka dapat ditarik masalah-masalah yang dapat dirumuskan menyangkut antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*.

2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*.
4. Seberapa besar pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap kepuasan konsumen di Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*, baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis atau mengkaji :

1. Tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* .
2. Tanggapan konsumen mengenai harga pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe*
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* .
4. Besarnya pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diajukan guna menjelaskan mengenai manfaat dan kontribusi yang dapat diperoleh dari penelitian baik kegunaan teoritis maupun

praktis. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan *store atmosphere* dan harga terhadap kepuasan konsumen dan penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut.

1.4.1 Kegunaan teoritis

- a. Bagi peneliti, dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan melatih berpikir secara ilmiah dengan berdasarkan pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan keadaan teoritis yang diterima selama perkuliahan khususnya lingkup manajemen pemasaran. Dan sebagai bahan pengalaman dan pembelajaran baru dalam bidang industri makanan agar selanjutnya dapat memberikan pengetahuan tambahan yang nantinya dapat digunakan oleh penulis dalam membuka industri di bidang makanan atau kuliner.
- b. Bagi pembaca, untuk menambah informasi dan sumbangan pemikiran serta bahan kajian dalam penelitian.
- c. Bagi peneliti lebih lanjut, peneliti ini diharapkan dapat memotivasi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian-penelitian yang belum terjangkau dalam penelitian sehubungan dengan penelitian ini.

1.4.2 Kegunaan praktis

1. Bagi penulis, melalui penelitian ini penulis dihadapkan pada suatu kondisi seperti jenuh dan lelah namun peneliti percaya itu semua bertujuan untuk melatih diri dalam menyusun suatu karya ilmiah yang baik. Demi

kesempurnaan karya ilmiah ini, peneliti secara langsung bertatap muka dengan orang-orang yang berbagai macam karakter yang bertujuan untuk memperoleh informasi, terkadang menemui kesulitan dalam memperoleh informasi tersebut namun hal itu bukan jadi penghalang melalui doa dan usaha yang dilakukan secara terus menerus yang menjadi modal utama.

2. Bagi pemilik usaha, sebagai bahan masukan pada Kantinnasion The Panasdalam *Cafe* dan memberikan perhatian dalam *store atmosphere* dan harga sehingga akan berdampak pada kepuasan konsumen yang optimal.