**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kuliner adalah salah satu daya tarik yang ditawarkan oleh kota Bandung. Pilihan kuliner yang ada di ibu kota Provinsi Jawa Barat ini sangat beragam, mulai dari jajanan tradisional sampai menu masakan luar negri. Sejalan dengan hal tersebut pada usaha tata boga, café merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak dalam bidang kuliner.

Wisata kuliner yang menyebabkan orang-orang memaksakan diri untuk dapat berkunjung ke kota Bandung tentu kita sepakat bahwa dalam pengembangan ke depan akan mampu menggerakan perekonomian lokal.

Usaha jasa *cafe* semakin banyak diminati oleh masyarakat, khususnya untuk kalangan para anak muda yang gemar sekali setelah melakukan aktivitas yang melelahkan mereka sering kali berkumpul dengan teman mereka untuk berbagi cerita.

Perkembangan usaha cafe dapat dilihat melalui jumlah cafe dan restaurant ada di Bandung dari tahun 2010 sampai tahun 2014 terus mengalami peningkatan jumlah cafe dan restaurant dengan beranekaragam konsep dan ciri khas agar dapat memuaskan para konsumen.

 Berdasarkan data yang ada pada tabel 1.1, dapat disimpulkan bahwa saat ini persaingan di bidang kuliner sangat ketat, yang dapat kita lihat dari banyaknya jumlah restoran dan rumah makan yang tersebar di kota Bandung an akan semakin bertambah lagi jumlahnya, maka diperlukan strategi yang tepat agar perusahaan bisa bersaing dan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing lainnya

 **Tabel 1.1**

**Jumlah Cafe dan Resto Kota Bandung**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tahun** | **Jumlah Café dan Restaurant** |
| 2010 | 429 |
| 2011 | 512 |
| 2012 | 629 |
| 2013 | 629 |
| 2014 | 653 |

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2015

Salah satu *cafe*  yang mampu bertahan serta bersaing di pasar hingga saat ini adalah *cafe*  halaman yang telah menjadi tempat favorit warga Bandung maupun luar kota untuk membeli beragam jenis makanan dan minuman serta tempat berkumpulnya anak muda dan keluarga.

Masalah yang muncul pada *café* halaman ini diidentifikasikan adanya peningkatan jumlah *cafe*. Sekarang lebih banyak pilihan *cafe* di kota bandung oleh karena itu konsumen memutuskan dalam melakukan pembelian melihat faktor harga. Harga yang ditawarkan terlalu mahal maka kepuasan konsumen konsumen akan menurun.

Dalam tabel 1.2 ini menunjukan beberapa cabang cafe halaman yang telah bukadi kota bandung dan alamatnya.

**Tabel 1.2**

**Data Lokasi *Cafe*  Halaman**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **Nama *Cafe***  | **Lokasi** |
| 1 | *Cafe*  Halaman Taman Sari | Jl. Tamansari no.92 Bandung |
| 2 | *Cafe*  Halaman Mall PVJ | Jl. Sukajadi 137-139 Bandung |
| 3 | *Cafe*  Halaman Bandara | Jl. Pajajaran No. 156 Bandung |

Tema *cafe*  yang di tempatkan dihalaman rumah banyak ditemui ragamnya saat ini. Pada *cafe* Halaman anda dapat menemukan suasana yang berbeda dengan kuliner di tempat lain. Hal ini karena kami tidak hanya menampilkan citarasa kulinernya saja tetapi juga identitas serasa dirumah dalam kesehariannya sebagai wujud pelayanan dan penampilan *cafe* Halaman.

Menonjolkan keseharian seperti di rumah dalam konsep pelayanan kami, sehingga suasana pengunjung merasakan kebebasan, dan kenyamanan seperti di rumah sendiri. Lokasi yang mudah dijangkau menjadikan *cafe* halaman sebagai tempat untuk berkumpul dengan orang-orang terdekat Anda.

Konsep *cafe* dengan menyajikan suasana di halaman rumah yang membentuk keharmonisan antara citarasa sajian makanan dan suasana  halaman rumah yang membuat nyaman. Arsitektur yang menonjolkan bilah-bilah balok kayu ekspose yang tersusun cantik sebagai tiang-tiang area tenda halaman menambah kaya cita rasa keindahan dan kenyamanan ruang terbuka memberi hangatnya suasana *cafe* halaman.

Kesan *clean look* pun terlihat dari *open kitchen* kami yang bersih sehingga menjadi tolak ukur kesungguhan *cafe* halaman dalam mengolah sajian terbaik bagi pelanggan. Sumber *Cafe* Halaman

**Tabel 1.3**

**Pengunjung *Cafe* Halaman di Taman Sari 2016**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **BULAN** | **JUMLAH PENGUNJUNG** |
| 1 | Januari | 6407 |
| 2 | Februari | 6549 |
| 3 | Maret | 6312 |
| 4 | April | 6533 |
| 5 | Mei | 6269 |
| 6 | Juni | 5942 |
| 7 | Juli | 5520 |

Sumber : Bagian Pemasaran Cafe Halaman

Dilihat pada tabel 1.3 Jumlah pengunjung cenderung mengalami penurunan pada bulan mei, juni, juli 2016. Fluktuasi angka penjualan tersebut terjadi karena adanya persaingan dari ragam jenis masing-masing produk yang tersedia sesuai dengan kualitas rasa, dan menu dan harga yang dimiliki yang mampu memenuhi selera keinginan pelanggannya. Kondisi yang demikian maka pihak manajemen perusahaan harus melakukan sebuah perubahan dengan menghadirkan inovasi baru yang lebih segar lagi agar dapat memenuh i keinginan dan harapan konsumen, yang pada akhirnya akan memberi rasa percaya konsumen untuk tetap menjadi pelanggan setianya dengan melakukan pembelian kembali pada *cafe* halaman serta merekomendasikan kepada pihak lain secara orang perorangan.

Penjualan *cafe* halaman mengalami penurunan ini berarti tidak puasnya para konsumen *cafe*. Para produsen *cafe* dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas pelayanan dan harga dalam upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis ini, apabila tuntutan ini tidak terpenuhi maka bisnis ini tidak akan dapat bertahan. Istilah kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Kesimpulan terbaik individu untuk melakukan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya Perusahaan harus bisa memasarkan produk atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses kepuasan konsumen karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu kepuasan konsumen terhadap suatu produk maupun jasa. Produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman dan kebutuhan pokok lainnya, konsumen akan sangat memperhatikan harganya.

Penurunan pengunjung yang dialami oleh *cafe* halaman dalam satu semester terakhir tersebut menggambarkan kepuasan konsumen konsumen untuk membeli produk *cafe* halaman mengalami penurunan, untuk mengetahui mengapa terjadi penurunan yang signifikan pada *cafe* halaman peneliti melakukan pra penelitian dengan menyebarkan kuesioner terhadap 30 orang konsumen *cafe* halaman. Berikut hasil jawaban yang diberikan konsumen *cafe* halaman.

**Tabel 1.4**

**Hasil Pra Penelitian Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap**

**Kepuasan Konsumen**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pertanyaan** | **Ya** | **Tidak** |
| **Jumlah** | **Jumlah** |
| **Variabel Kualitas Pelayanan** |
| 1 | Pelayanan makanan cepat datang dalam menanggapi konsumen | 13 | 17 |
| 2 | Pelayanan yang biasa-biasa saja | 12 | 18 |
| 3 | Pelayanan yang tanggap dan cepat | 14 | 16 |
| **Variabel Harga** |
| 1 | Harga relatif murah | 12 | 18 |
| 2 | Pelanggan merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan porsi makanan yang dipesan | 10 | 20 |
| **Kepuasan Konsumen** |
| 1 | Keinginan untuk membeli kembali | 12 | 18 |
| 2 | Memberikan informasi kepada orang lain | 9 | 21 |

Sumber : Pra survey

Berdasarkan pra kuesioner diatas menunjukkan bahwa pelanggan masih merasa belum puas terhadap harga yang ditentukan sebab biaya yang dikeluarkan masih belum sesuai dengan porsi makanan yang didapat dan relative mahal. Dalam kualitas layanan dapat dilihat dari pelayanan makanan yang lama, pelayanan yang diberikan biasa-biasa saja, pelayanan yang kurang tanggap dalam melayani pelayan.

Kurang optimalnya aspek variabel harga dan kualitas pelayanan dari *cafe* halaman. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga, produk, kualitas pelayanan tentang *café* halaman masih belum dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap para pelanggan. Hal ini menuntut *café* halaman untuk terus menerus meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Melihat fenomena diatas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE HALAMAN TAMAN SARI”**

**1.2. Identifikasi masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi oleh pihak *cafe* halaman adalah sebagai berikut :

1. Persaingan yang semakin ketat khususnya *cafe* di Kota Bandung
2. Terjadi penurunan pengunjung *cafe* halaman di Taman Sari
3. Tidak dapat mempertahankan jumlah konsumen dan penjualan *cafe* halaman
4. Harga di *cafe* halaman mahal.
5. Pelayanan *cafe* halaman belum memuaskan konsumen.
6. Konsumen semakin peka terhadap pelayanan
7. Meningkatnya jumlah usaha cafe di Bandung
8. Kepuasan konsumen yang masih rendah

**1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada *cafe* halaman
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada *cafe* halaman
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen terhadap makanan dan minuman *cafe* halaman
4. Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *cafe* halaman secara simultan maupun parsial

**1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada *cafe* halaman
2. Tanggapan konsumen mengenai harga pada *cafe* halaman
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen terhadap makanan dan minuman *cafe* halaman
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada *cafe* halaman secara simultan maupun parsial

**1.5 Kegunaan Hasil Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri, tetapi tulisan ini juga berguna bagi para pembacanya secara langsung maupun tidak langsung.

**1.5.1 Kegunaan Teoritis**

a. Bagi Penulis

1. Dapat mengetahui tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan di *cafe* halaman
2. Dapat mengetahui tanggapan konsumen mengenai harga di *cafe* halaman
3. Dapat mengetahui hal-hal mengenai kepuasan konsumen pada café halaman

b. Bagi Perusahaan

1. Dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen
2. Dapat digunakan sebagai strategi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan konsumen yang ada.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam 1 upaya pemecahan permasalahan yang ada di perusahaan mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe halaman.

c . Bagi Pihak Lain

1. Dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu manajemen pemasaran
2. Sebagai sarana informasi bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian dibidang yang sama.

**1.5.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak *cafe* halaman pengambilan keputusan guna memperhatikan pelayanan serta harga dalam melaksanakan bisnis *cafe*. Dan bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.