

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal agar dapat mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan bisnis, terlebih di era globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin terbuka. Pertumbuhan arus informasi dan teknologi yang semakin cepat, mendorong pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat pula. Hal ini dapat mendorong timbulnya laju persaingan antara pelaku bisnis sehingga masyarakat akan semakin kritis untuk menimbang produk mana yang sesuai dengan kebutuhan dan dapat memenuhi kepuasannya. Dengan adanya persaingan yang ketat di dalam dunia bisnis seperti saat ini, para pelaku bisnis dituntut untuk dapat selalu berimprovisasi dan berinovasi dalam mempertahankan pelanggannya agar tidak beralih ke pesaing bisnis. Salah satu bisnis yang memiliki persaingan ketat adalah pada sektor pariwisata. Karena di Indonesia sendiri memiliki banyak kota atau daerah wisata.

Keragaman potensi wisata yang ada di Indonesia dituntut untuk saling bersinergi agar dapat memenangkan persaingan secara global. Indonesia memiliki pesona alam yang luar biasa serta terdapat banyak tempat-tempat wisata yang indah sehingga selain bersaing secara global, di Indonesia sendiri persaingan pariwisata setiap kota atau daerah wisata semakin ketat. Masing-masing berusaha untuk menunjukkan keunggulan potensi wisata yang dimilikinya untuk menarik wisatawan mancanegara atau domestik untuk berkunjung. Dari sekian banyaknya

kota atau daerah wisata yang ada di Indonesia, daya saing tertinggi pariwisata Indonesia didominasi oleh kota-kota besar. Hal ini ditunjukkan dari perolehan Indeks Pariwisata Indonesia (IPI) kota-kota besar yang termasuk kedalam kota atau kabupaten terbaik untuk kategori pariwisata. Berikut ini merupakan peringkat Indeks Pariwisata Indonesia (IPI) tahun 2017 yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata :

**Tabel 1.1**  
**Peringkat Indeks Pariwisata Indonesia (IPI) Tahun 2017**

No.	Nama Kota / Kabupaten	Indeks Pariwisata
1.	Kota Bandung	95,30
2.	Kabupaten Bandung	88,33
3.	Kota Denpasar	87,65
4.	Kota Yogyakarta	85,68
5.	Kabupaten Sleman	85,65
6.	Kabupaten Banyuwangi	78,55

Sumber : Kementerian Pariwisata

Perolehan indeks pariwisata didapatkan melalui pengukuran dan observasi terhadap daya tarik pada sektor pariwisata di Indonesia yang dilakukan oleh *Frontiner Consulting Group* dan *Tempo Media Group*. Pengukuran dilakukan pada 508 kota atau kabupaten yang kemudian disaring menjadi 136 kota atau kabupaten terbaik. Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa Kota Bandung berhasil menduduki peringkat pertama dengan perolehan indeks pariwisata sebesar 95,30 dan mengalahkan para pesaingnya. Posisi kedua diduduki Kabupaten Bandung dengan perolehan Indeks pariwisata sebesar 88,33. Bahkan Kota Denpasar yang memiliki wisata alam yang sangat terkenal menduduki peringkat ketiga dengan hanya memperoleh indeks pariwisata sebesar

87,56 yang selisihnya cukup jauh dengan perolehan indeks pariwisata Kota Bandung. Sedangkan posisi terakhir diduduki Kabupaten Banyuwangi dengan perolehan indeks pariwisata sebesar 78,55. Hal ini menunjukkan Kota Bandung memiliki potensi yang luar biasa pada sektor pariwisata.

Kota Bandung tentunya merupakan salah satu pusat bisnis diantara kota-kota besar di Indonesia, terutama dalam bidang makanan dan minuman atau kuliner. Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif, bidang ekonomi kreatif diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Sejalan dengan kebijakan nasional tersebut, Kota Bandung memiliki semangat yang sama untuk mengembangkan industri ekonomi kreatif sebagaimana visi pembangunan daerah dalam Dokumen Rancangan Akhir Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Bandung tahun 2014-2018 yaitu “Kota Bandung Bermartabat” yang dicapai melalui misi pembangunan. Industri kreatif menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 dan Perda Nomor 18 tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Bandung menyatakan bahwa: “Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.” Industri kreatif ini diprediksi akan semakin berkembang, disebabkan Kota Bandung memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi kota kreatif, dimana terdapat empat belas subsektor industri kreatif di Kota Bandung. Berikut ini merupakan kontribusi subsektor industri kreatif di Kota Bandung tahun 2016 yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik :

**Tabel 1.2**  
**Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung Tahun 2016**

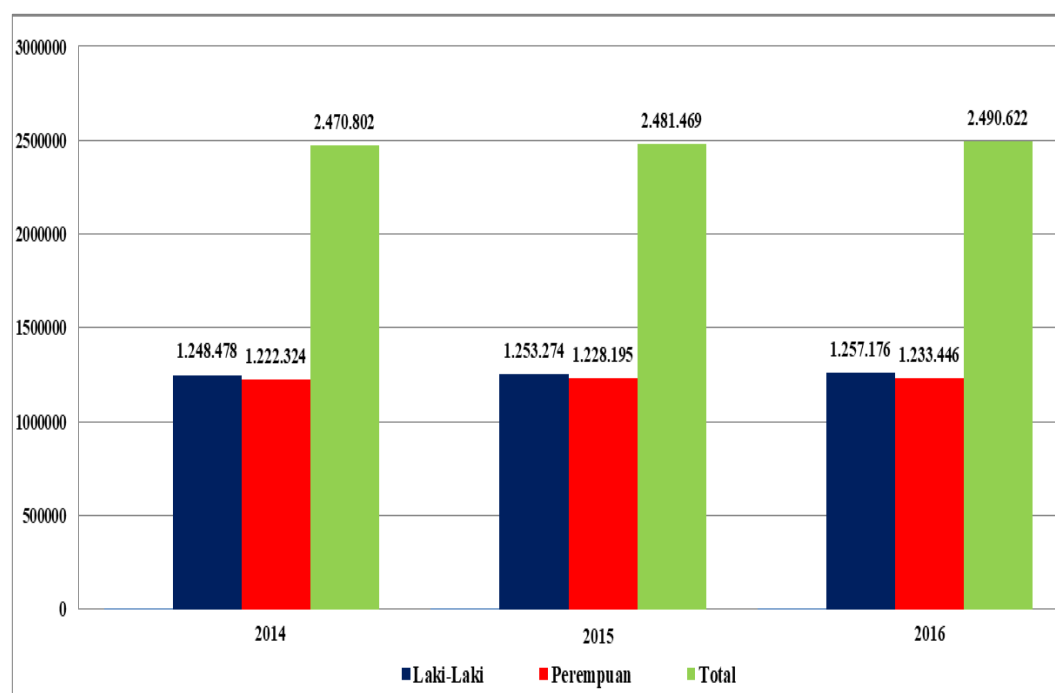
No.	Industri Kreatif	Subsektor PDB	Presentase
1.	Periklanan	8.305.034.367	7,93%
2.	Arsitektur	4.134.446.695	3,95%
3.	Pasar Barang Seni	685.870.805	0,65%
4.	Kerajinan	10.170.688.435	10,82%
5.	Kuliner	45.803.769.843	43,71%
6.	Desain	6.159.598.569	5,88%
7.	Fashion	16.080.768.980	15,62%
8.	Video, Film, dan Fotografi	250.431.983	0,24%
9.	Permainan Interaktif	337.392.321	0,32%
10.	Musik	3.824.179.411	3,65%
11.	Seni Pertunjukan	124.467.644	0,12%
12.	Penerbit dan Percetakan	4.283.989.793	4,09%
13.	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	1.040.637.861	0,99%
14.	Televisi dan Radio	2.136.827.023	2,03%

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat dilihat masing-masing kontribusi setiap subsektor yang telah ditetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif. PDB industri kreatif Kota Bandung didominasi oleh industri kuliner yang menyumbang 43,71%. Sedangkan kontribusi terkecil berasal dari industri video, film, dan fotografi dengan hanya menyumbang 0,24%. Hal ini menunjukkan industri kuliner di Kota Bandung memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang sehingga dapat dijadikan peluang untuk membuka bisnis di bidang kuliner.

Kota Bandung adalah salah satu kota yang mempunyai penduduk dengan kreatifitas yang tinggi. Kreatifitas tersebut erat kaitannya dengan berbagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh penduduk. Berbagai ide dan gagasan baru bermunculan menghasilkan produk-produk yang bervariasi sehingga dapat

membuat Kota Bandung menjadi pusat kuliner. Selain itu, bisnis kuliner sangat potensial dikarenakan manusia membutuhkan makanan yang merupakan kebutuhan pokoknya sehingga akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Berikut merupakan data jumlah penduduk Kota Bandung pada tahun 2014-2016 yang dikeluarkan oleh badan pusat statistik :



**Gambar 1.1**  
**Jumlah Penduduk Kota Bandung Tahun 2014-2016**

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat jumlah penduduk di Kota Bandung terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dan menjadi kondisi yang baik bagi para pelaku bisnis. Pada tahun 2014 jumlah penduduk Kota Bandung mencapai 2.470.802. Kemudian pada tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah penduduk yang mencapai 2.481.469. Dan pada tahun 2016 juga kembali terjadi peningkatan jumlah penduduk yang mencapai 2.490.622. Dengan peningkatan jumlah penduduk maka dapat dipastikan bisnis di Kota Bandung akan semakin

berkembang pula, karena kepadatan penduduk pada suatu kota menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu bisnis yang berjalan di kota tersebut. Semakin padat penduduk pada suatu kota maka semakin besar peluang suatu bisnis yang dijalankan dapat lebih cepat dikenal.

Peningkatan jumlah penduduk di Kota Bandung tentunya dapat meningkatkan peluang bisnis bagi masyarakat di Kota Bandung. Namun, peluang bisnis tersebut tidak hanya berasal dari jumlah penduduk. Saat ini jumlah kunjungan wisatawan di Kota Bandung yang terus mengalami peningkatan dapat dijadikan peluang bisnis dan meningkatkan pendapatan khususnya bagi para pelaku bisnis. Sebagai pusat kuliner di Indonesia, sudah dapat dipastikan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik datang ke Kota Bandung salah satunya untuk menjelajahi wisata kuliner. Wisata kuliner dapat menjadi daya tarik wisata yang harus selalu dikelola dengan baik agar dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Berikut ini merupakan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Bandung pada tahun 2012-2016 yang dikeluarkan oleh badan pusat statistik :

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Bandung Tahun 2012-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Wisatawan Mancanegara</b>	<b>Wisatawan Domestik</b>	<b>Jumlah Wisatawan</b>
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan di Kota Bandung yang mengalami fluktuasi. Pada wisatawan mancanegara mengalami penurunan dari tahun 2012 ke tahun 2013. Tetapi, dari tahun 2013 sampai tahun 2015 mengalami peningkatan dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2016. Pada wisatawan domestik mengalami peningkatan dari tahun 2012 sampai tahun 2015. Namun, mengalami penurunan pada tahun 2016. Sedangkan berdasarkan jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik mengalami peningkatan dari tahun 2012 sampai tahun 2015 dan pada tahun 2016 mengalami penurunan. Berdasarkan data tersebut, maka dapat diketahui jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik serta jumlah wisatawan secara keseluruhan mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Meskipun berfluktuatif, jumlah wisatawan dari tahun ke tahun jumlahnya sangat banyak dan stabil. Banyaknya wisatawan dikarenakan mudahnya akses untuk berkunjung ke Kota Bandung. Untuk wisatawan mancanegara dapat melalui rute udara yang beroperasi di bandara Husein Sastranegara. Saat ini, dalam rangka meningkatkan kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung, bandara Husein terus meningkatkan fasilitas yang diberikan melalui perbaikan fasilitas infrastruktur bandara maupun penambahan maskapai penerbagan yang beroperasi. Sedangkan untuk wisatawan domestik terdapat fasilitas tol Cipularang yang membuat akses menuju Kota Bandung menjadi lebih mudah.

Restoran termasuk ke dalam usaha pariwisata, hal ini telah diatur dalam Pasal 14 UU 10/2009 tentang Kepariwisata dan Peraturan Menteri Kebudayaan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP/2010 tentang tata cara pendaftaran usaha jasa makanan dan minuman. Dimana salah satu usaha pariwisata adalah jasa

makanan dan minuman. Dan dalam penjelasan UU 10/2009 disebutkan “bahwa yang dimaksud usaha jasa makanan dan minuman adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, cafe, jasa boga, dan bar atau kedai minum.” Restoran sendiri merupakan suatu usaha jasa yang menawarkan makanan dan minuman hal ini dijelaskan pada Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP/2010 yang memberikan definisi “bahwa restoran adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan penyimpanan dan atau penyajiannya, di dalam satu tempat yang tidak berpindah-pindah.”

Persaingan usaha restoran saat ini sudah semakin ketat. Terutama di Kota Bandung yang menjadi salah satu kota yang terus mengalami peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya dan banyak dikunjungi wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Saat ini banyak restoran yang menawarkan makanan yang sejenis sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk menciptakan lingkungan yang menarik dan unik. Karena konsumen yang datang ke restoran tidak hanya bertujuan untuk melakukan pembelian makanan, namun juga mencari suasana yang menarik dan unik yang tidak didapatkan jika makan di tempat lain. Maka dari itu, saat ini pelaku bisnis bersaing membuka dan menciptakan restoran karena melihat peluang memperoleh keuntungan yang besar. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah restoran yang semakin meningkat di Kota Bandung. Berikut merupakan jumlah usaha kuliner di Kota Bandung tahun 2015-2016 berdasarkan kategorinya yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Bandung :



**Tabel 1.4**  
**Jumlah Usaha Kuliner di Kota Bandung Tahun 2015-2016**

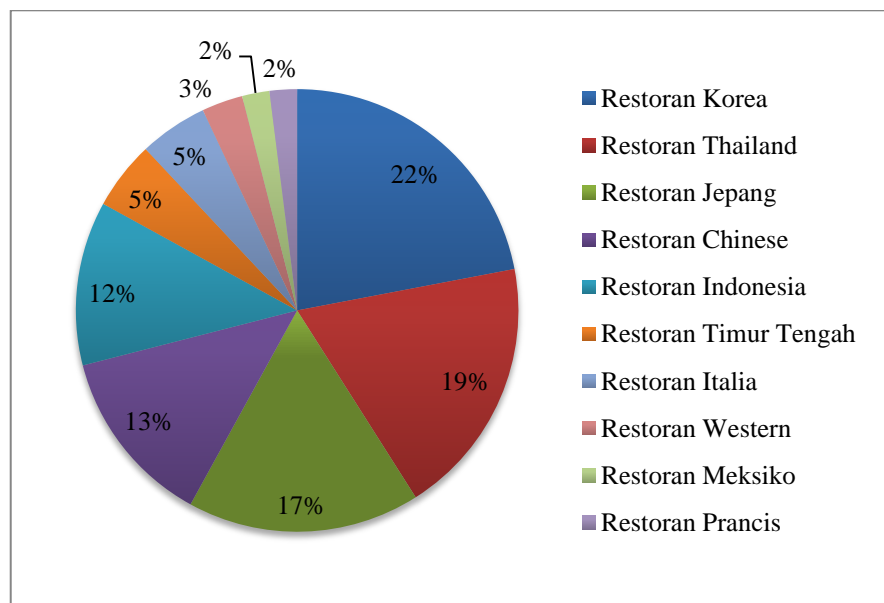
No.	Kategori	Tahun	
		2015	2016
1.	Restoran	366	396
2.	Rumah Makan	367	372
3.	Cafe	13	14
4.	Bar	13	13
Jumlah		759	795

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat dilihat jumlah usaha kuliner berdasarkan kategorinya. Pada tahun 2015 jumlah usaha kuliner di Kota Bandung ada sebanyak 759 unit. Dari 759 unit tersebut terdiri dari 366 unit restoran, 367 unit rumah makan, 13 unit cafe, dan 13 unit bar. Sedangkan pada tahun 2016 jumlah usaha kuliner di Kota Bandung ada sebanyak 795 unit. Dari 795 unit tersebut terdiri dari 396 unit restoran, 372 unit rumah makan, 14 unit cafe, dan 13 unit bar. Kenaikan tertinggi diantara kategori usaha kuliner terjadi pada kategori restoran. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan untuk usaha kuliner pada kategori restoran semakin ketat.

Banyaknya jenis restoran yang menawarkan berbagai pilihan jenis makanan menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat. Pelaku bisnis harus dapat melihat kebutuhan pasar untuk dapat menguasai pangsa pasar. Kota Bandung sendiri merupakan salah satu kota metropolis yang terus tumbuh menjadi kota besar yang modern. Maka secara tidak langsung menyebabkan gaya hidup masyarakat yang tinggal di Kota Bandung pun menjadi mengikuti perkembangan jaman yang ada termasuk dalam hal memenuhi kebutuhan pangan. Sebagai pusat kuliner, bisnis restoran di Kota Bandung pun semakin berkembang.

Saat ini banyak restoran yang menawarkan berbagai pilihan jenis makanan yang berasal dari luar negeri. Kemudahan mengakses informasi mengenai negara lain membuat masyarakat tertarik dengan budaya negara luar termasuk dalam hal makanan. Ketertarikan akan keanekaragaman kuliner dari negara lain mendorong keinginan masyarakat untuk dapat menikmati makanan dari berbagai negara. Hal tersebut ditunjukkan dari banyaknya masyarakat Kota Bandung yang mencari informasi mengenai restoran-restoran asing. Berikut ini merupakan data restoran yang paling dicari tahun 2016 menurut situs [qaved](http://qaved.com) :



**Gambar 1.2**  
**Data Restoran Paling Dicari di Tahun 2016**

Sumber : [Qaved.com](http://Qaved.com)

Keanekaragaman jenis restoran di Kota Bandung terus berkembang mengikuti perkembangan jaman yang ada. Berdasarkan Gambar 1.2 di atas dapat dilihat tiga peringkat teratas restoran yang paling dicari adalah restoran Korea dengan presentase 22%, yang diikuti restoran Thailand dengan presentase 19% pada peringkat kedua, dan restoran Jepang pada peringkat ketiga dengan

presentase 17%. Peringkat selanjtnya yaitu restoran Chinese dengan presentase 13%, restoran Indonesia 12%, serta restoran Timur tengah dan restoran Italia dengan presentase 5%. Sedangkan pada tiga peringkat terbawah adalah restoran *Western* dengan presentase 3%. Kemudian restoran Prancis dan restoran Meksiko dengan presentase 2%. Hal ini menunjukkan selain makanan khas Indonesia, saat ini masyarakat Kota Bandung juga tertarik pada berbagai jenis makanan negara luar. Pada tiga peringkat terakhir restoran yang paling dicari, restoran Prancis dan restoran Meksiko memperoleh presentase terkecil dikarenakan makanan pada jenis restoran tersebut belum terlalu digemari dan masih sedikit restoran tersebut di Kota Bandung. Selanjutnya restoran barat juga memperoleh presentase yang rendah padahal makanan barat sudah sejak lama populer dan digemari karena cita rasa yang telah disesuaikan dengan lidah orang lokal. Walaupun restoran barat tidak termasuk dalam peringkat teratas namun karena jenis makanan barat sudah diterima oleh masyarakat umum maka saat ini banyak restoran barat bermunculan di Kota Bandung sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat.

Di Kota Bandung setidaknya terdapat beberapa restoran yang menawarkan makanan khas barat seperti steak, burger, pizza, pasta, dan salad. Untuk menarik minat konsumen, saat ini banyak pelaku bisnis restoran yang mulai menciptakan makanan barat yang memiliki ciri khas berbeda dengan makanan barat pada umumnya dan dengan menyesuaikan cita rasa lokal. Seiring dengan berkembangnya makanan barat di Kota Bandung, maka konsumen pada saat ini tidak akan sulit mencari restoran barat. Konsumen dapat mencari semua daftar restoran barat dengan berbagai informasi seperti kenyamanan tempatnya, menu yang ditawarkan, kisaran harga, dan berbagai informasi lainnya. Dengan

banyaknya restoran barat di Kota Bandung tersebut maka konsumen hanya tinggal memilih saja mana yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Berikut merupakan data penilaian pelanggan terhadap restoran favorit yang ada di Kota Bandung menurut situs Tripadvisor :

**Tabel 1.5**  
**Penilaian Pelanggan untuk Rekomendasi Restoran Favorit**

No.	Nama	Rating
1.	Wild Grass Resto	★★★★
2.	Meatology	★★★★★
3.	Steet Grill & Friends	★★★★★
4.	Miss Bee Providore	★★★★
5.	Fresco Restaurant	★★★★★
6.	Sugar & Cream	★★★★
7.	The Volcano Resto	★★★★★
8.	Le Marly	★★★★
9.	Porto Restaurant	★★★★
10.	Bellamie Boulangerie	★★★★★
11.	Karnivor	★★★★
12.	HB Grill Garden	★★★★★
13.	Tree House	★★★★
14.	Infinito Culinary	★★★★
15.	Suis Butcher Steak House	★★★★
16.	Blackpepper Resto	★★★★
17.	Pizzalogy	★★★★
18.	Glois Restaurant	★★★★
19.	OOPEN Pasta & Grill	★★★★
20.	Hummingbird Eatery	★★★★
21.	Infinite Resto & Lounge	★★★★★
22.	My Little Kitchen	★★★★
23.	Tizi	★★★★
24.	Justus Steakhouse	★★★★
25.	Sonoma Restaurant	★★★★

Sumber : Tripadvisor.com

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas dapat dilihat penilaian yang telah diberikan oleh pelanggan untuk rekomendasi tempat favorit. Data tersebut diperoleh dari

hasil penilaian pelanggan berupa pemberian *rating* berdasarkan pengalaman pelanggan yang pernah berkunjung ke salah satu restoran tertentu. Rata-rata *rating* yang diperoleh setiap restoran pada daftar restoran yang ditunjukkan pada halaman sebelumnya adalah mendapatkan *rating* sebesar empat. Sedangkan *rating* terendah adalah Infinito Culinary yang hanya mendapatkan *rating* tiga. Maka dari itu, peneliti memilih untuk melakukan penelitian di Infinito Culinary yang beralamat di Jl. H. Waid No.11 Lebakgede untuk mendapatkan alasan Infinito Culinary mendapatkan *rating* terendah dibandingkan restoran sejenis lainnya. Selanjutnya untuk mengetahui permasalahan yang ada, peneliti telah melakukan wawancara dengan *manager* Infinito Culinary pada tanggal 1 Februari 2018. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan maka didapatkan perolehan data jumlah konsumen setiap bulannya. Berikut ini merupakan jumlah konsumen Infinito Culinary setiap bulannya pada tahun 2017 :

**Tabel 1.6**  
**Jumlah Konsumen Infinito Culinary Tahun 2017**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>	<b>Keterangan</b>
Januari	752	-
Februari	1149	(+) 397
Maret	1302	(+) 153
April	1702	(+) 400
Mei	1635	(-) 67
Juni	1266	(-) 369
Juli	1858	(+) 592
Agustus	1604	(-) 254
September	1375	(-) 229
Oktober	1303	(-) 72
November	1252	(-) 51
Desember	1541	(+) 289

Sumber : Infinito Culinary, 2017

Berdasarkan Tabel 1.6 dapat dilihat Infinito Culinary memiliki jumlah konsumen yang berfluktuatif setiap bulannya. Pada bulan Januari sampai April jumlah konsumen Infinito Culinary terus mengalami peningkatan setiap bulannya. Tetapi pada bulan Mei dan Juni terus mengalami penurunan. Kemudian jumlah konsumen meningkat cukup tinggi pada bulan Juli namun pada bulan Agustus kembali mengalami penurunan yang diikuti penurunan pada bulan September, Oktober, dan November. Dan pada bulan Desember mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Pada dasarnya jumlah konsumen dapat menunjukkan jumlah pendapatan yang diperoleh dari suatu bisnis. Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan *owner* Infinito Culinary pada tanggal 27 Desember 2017 dan diperkuat dengan hasil wawancara dengan *manager* Infinito Culinary pada tanggal 1 Februari 2018 didapatkan pula perolehan data jumlah pendapatan setiap bulannya.

**Tabel 1.7**  
**Jumlah Pendapatan Infinito Culinary Tahun 2017**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pendapatan</b>	<b>Keterangan</b>
Januari	RP. 80.000.000	-
Februari	RP. 90.000.000	(+) RP. 10.000.000
Maret	RP. 140.000.000	(+) RP. 50.000.000
April	RP. 150.000.000	(+) RP. 10.000.000
Mei	RP. 130.000.000	(-) RP. 20.000.000
Juni	RP. 120.000.000	(-) RP. 10.000.000
Juli	RP. 170.000.000	(+) RP. 50.000.000
Augustus	RP. 150.000.000	(-) RP. 20.000.000
September	Rp. 120.000.000	(-) RP. 30.000.000
Oktober	Rp. 106.000.000	(-) Rp. 14.000.000
November	Rp. 114.000.000	(+) Rp. 8.000.000
Desember	Rp. 152.000.000	(+) Rp. 38.000.000

Sumber : Infinito Culinary, 2017

Berdasarkan Tabel 1.7 dapat dilihat Infinito Culinary memiliki jumlah pendapatan yang berfluktuatif setiap bulannya. Pada bulan Februari sampai April jumlah pendapatan Infinito Culinary terus mengalami peningkatan setiap bulannya. Tetapi pada bulan Mei dan Juni terus mengalami penurunan jumlah pendapatan. Setelah mengalami penurunan pada dua bulan berturut-turut Infinito Culinary berhasil memperoleh jumlah pendapatan yang meningkat cukup tinggi pada bulan Juli namun pada bulan Agustus kembali mengalami penurunan jumlah pendapatan yang diikuti penurunan jumlah pendapatan pada bulan September dan Oktober. Selanjutnya pada bulan November dan Desember jumlah pendapatan kembali meningkat.

Terjadinya penurunan jumlah pendapatan mengidentifikasikan loyalitas pelanggan yang rendah terhadap Infinito Culinary. Dengan menurunnya jumlah konsumen yang ditunjukkan pada Tabel 1.6, maka mengakibatkan jumlah pendapatan Infinito Culinary juga menurun. Hal ini harus segera diatasi oleh pihak manajemen demi keberlangsungan Infinito Culinary di masa yang akan datang. Penurunan pendapatan menunjukkan adanya permasalahan pada salah satu tahapan loyalitas pelanggan yaitu melakukan pembelian secara teratur. Dimana pelanggan tidak melakukan pembelian ulang sehingga dapat mengakibatkan jumlah pendapatan mengalami penurunan. Dalam menjalin hubungan dengan pelanggan demi terciptanya loyalitas pelanggan, Infinito Culinary memberikan berbagai promo khusus bagi pengguna Infinito Card. Infinito Card merupakan kartu *member* yang diperuntukan bagi para pelanggan Infinito Culinary yang dapat digunakan pada setiap pembelian. Berikut ini merupakan data pengguna Infinito Culinary pada Agustus 2017- Januari 2018 :

**Tabel 1.8**  
**Data Pengguna Infinito Card Tahun 2017-2018**

<b>Periode</b>	<b>Jumlah Pengguna Infinito Card</b>
Agustus 2017	294 orang
September 2017	570 orang
Oktober 2017	311 orang
November 2017	261 orang
Desember 2017	259 orang
Januari 2018	48 orang
<b>Total</b>	<b>1743 orang</b>

Sumber : Infinito Culinary, 2018

Berdasarkan Tabel 1.8 di atas dapat dilihat jumlah pengguna Infinito Card setiap bulannya. Pengguna Infinito Card mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan. Pada bulan Agustus jumlah pengguna Infinito Card mencapai 294 orang. Kemudian pada bulan September mengalami peningkatan yang cukup tinggi yaitu sebesar 570 orang. Selanjutnya pada bulan Oktober, November, dan Desember terus mengalami penurunan dengan jumlah masing-masing sebesar 311 orang, 261 orang, dan 269 orang. Sedangkan penurunan cukup besar terjadi pada bulan Januari tahun 2018 dengan hanya memperoleh 48 orang pengguna Infinito Card. Hal tersebut menunjukkan adanya permasalahan pada loyalitas pelanggan yang ditunjukkan semakin menurunnya ketertarikan pelanggan untuk menjadi pengguna Infinito Card.

Pada hakikatnya, tujuan utama suatu bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Dibandingkan menciptakan pelanggan baru di tengah persaingan bisnis yang terjadi seperti saat ini, mempertahankan pelanggan akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi pelaku bisnis. Hal ini sejalan dengan pendapat Griffin yang dikutip oleh Sangadji dan Sopiah (2013:115) yang



mengemukakan bahwa : “Kemampuan untuk mempertahankan pelanggan secara langsung akan berpengaruh terhadap tingkat kemampuan laba.”

Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Kepuasan konsumen menjadi kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:386) menyatakan bahwa : “Kepuasan konsumen saja tidak cukup, apabila pelanggan menemukan ada pemasok atau penyedia jasa lain yang lebih bagus maka besar kemungkinan pelanggan akan beralih.” Artinya walaupun dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan tetapi belum tentu pelanggan tersebut akan loyal. Seperti yang dikemukakan dalam jurnal Anantha Raj A. Arokiasamy (2013:18) yang menyatakan bahwa : “Kepuasan itu penting tetapi tidak cukup untuk mengukur loyalitas di antara pelanggan. Dengan kata lain, kita dapat memiliki kepuasan pelanggan tanpa loyalitas tetapi sulit untuk memahami memiliki loyalitas tanpa kepuasan.” Loyalitas pelanggan diwakili oleh perilaku pelanggan dengan melakukan pembelian ulang, berlangganan, membeli lini produk lain, dan merekomendasikan produk ke pihak lain. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, perusahaan mulai memikirkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Selanjutnya berdasarkan permasalahan yang tercantum dalam data jumlah konsumen dan jumlah pendapatan maka untuk melihat permasalahan yang ada di Infinito Culinary secara lebih spesifik tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan pembagian kuisioner kepada 30 responden yaitu konsumen Infinito Culinary. Berikut ini merupakan hasil penelitian pendahuluan yang telah dilakukan :

**Tabel 1.9**  
**Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi**  
**Penurunan Pendapatan di Infinito Culinary**

No.	Keterangan	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Rata-Rata	Status
1.	Kepuasan Konsumen ( <i>Customer Satisfaction</i> )	Saya merasa sangat puas membeli makanan dan minuman di Infinito Culinary dibanding di tempat lain	0	19	11	0	0	3.63	Baik
		Porsi makanan dan minuman di Infinito Culinary sangat memuaskan	4	22	4	0	0	4	Baik
		Fasilitas di Infinito Culinary sangat memuaskan	0	14	15	1	0	3.43	Baik
		Kebersihan dan kenyamanan di Infinito Culinary sangat memuaskan	0	17	12	1	0	3.53	Baik
2.	Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> )	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain, rekan, atau keluarga untuk membeli produk Infinito Culinary	1	21	7	1	0	3.73	Baik
		Saya akan selalu datang kembali ke Infinito Culinary	0	13	13	4	0	3.3	Kurang baik
		Infinito Culinary akan selalu menjadi pilihan pertama saya dibanding tempat lain	0	3	23	3	1	2.93	Kurang baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian Pendahuluan, 2017 (n=30)

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti mengenai kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan di Infinito Culinary yang tertuang pada Tabel 1.9, dari empat pernyataan yang diajukan kepada konsumen mengenai kepuasan konsumen menunjukkan status baik. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen Infinito Culinary puas terhadap pembelian makanan dan minuman di Infinito Culinary dibanding tempat lain, porsi makanan dan minumannya, fasilitas, serta kebersihan dan kenyamanan di Infinito Culinary. Permasalahan yang terjadi berdasarkan hasil penelitian pendahuluan terdapat pada loyalitas pelanggan. Pada pernyataan saya akan merekomendasikan kepada orang lain, rekan, atau keluarga untuk membeli produk Infinito Culinary memperoleh rata-rata 3,73 dengan status baik. Namun, pada pernyataan saya akan selalu datang kembali ke Infinito Culinary memperoleh rata-rata 3,3 dengan status kurang baik, dan pada pernyataan Infinito Culinary akan selalu menjadi pilihan pertama saya dibanding tempat lain memperoleh rata-rata 2,93 dengan status kurang baik. Hal ini menunjukkan walaupun kepuasan konsumen Infinito Culinary telah terpenuhi namun tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan semakin banyaknya pesaing di bisnis kuliner seperti saat ini, pelaku bisnis dituntut untuk tidak hanya dapat memberikan kepuasan konsumen namun juga menciptakan loyalitas pelanggan karena loyalitas pelanggan adalah kunci keunggulan bersaing.

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen membutuhkan konsep pemasaran yang disebut bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mengkomunikasikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen potensial perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan pemasarannya disuatu pasar sasaran. Apabila

peusahaan tidak mampu mengkombinasikan atau menghubungkan bauran pemasaran sebagai suatu tujuan nyata ke depannya, maka hal tersebut akan berdampak pada ekstensi perusahaan di masa depan dimana konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang dan bahkan beralih ke pesaing. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, dan Andri Ikhwana (2013:8) dalam jurnalnya menyatakan bahwa : “Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat atau lokasi, promosi, bukti fisik atau fasilitas fisik, dan proses secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.” Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinnul Alfin Akbar (2016:16) yang mengemukakan bahwa : “Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.”

Pada era kompetitif seperti saat ini, kesuksesan pemasaran terletak pada keunggulan kompetitif dimana keunggulan kompetitif yang sesungguhnya adalah dengan menunjukkan diferensiasi. Para pelaku bisnis restoran harus mampu menunjukkan keunggulannya dibanding restoran lain yang menjual produk sejenis. Konsumen yang datang ke restoran selain untuk melakukan pembelian makanan dan minuman yang ditawarkan, juga mencari tempat untuk menghabiskan waktu luang. Maka dari itu, diferensiasi dapat dilakukan dengan menawarkan suasana restoran yang berbeda. Dengan suasana restoran yang terkelola dengan baik dapat membuat pelanggan loyal dan tidak beralih ke tempat lain. Seperti yang dikemukakan Jenet Natasya Rorimpandey, Jantje L. Sepang, dan Fitty Valdi Arie (2017:900) yang mengemukakan bahwa : “Suasana toko memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.” Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan

oleh Florencia Irena Sari Listono dan Sudiono Sugiarto (2015:8) bahwa :  
 “Suasana toko secara statistik memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.”

Setelah mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, maka untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Infinito Culinary, peneliti telah melakukan penelitian pendahuluan dengan pembagian kuisioner kepada 30 responden yaitu konsumen Infinito Culinary. Berikut ini merupakan hasil penelitian pendahuluan yang telah dilakukan :

**Tabel 1.10**  
**Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran di**  
**Infinito Culinary**

No.	Keterangan	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Rata-Rata	Status
1.	Produk ( <i>Product</i> )	Makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki banyak varian	5	22	3	0	0	4.07	Produk beragam
		Makanan dan minuman di Infinito Culinary memiliki kualitas yang baik	2	25	3	0	0	3.97	Berkualitas baik
		Makanan dan minuman yang ditawarkan sesuai dengan apa yang saya inginkan	4	21	4	1	0	3.93	Sesuai harapan
2.	Harga ( <i>Price</i> )	Harga makanan dan minuman yang ditawarkan terjangkau	0	18	9	3	0	3.5	Harga terjangkau

Tabel 1.10 (Lanjutan)

No.	Keterangan	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Rata-Rata	Status
		Harga yang ditawarkan bersaing dengan cafe lain	0	24	5	1	0	3.77	Harga bersaing
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang ditawarkan	2	18	10	0	0	3.73	Harga sesuai
3.	Tempat (Place)	Lokasi Infinito Culinary sangat strategis	1	9	18	2	0	3.3	Kurang strategis
		Lokasi Infinito Culinary mudah dijangkau oleh transportasi umum	2	16	9	3	0	3.57	Mudah dijangkau
4.	Promosi (Promotion)	Promosi yang diterapkan Infinito Culinary sangat menarik	3	14	10	3	0	3.57	Promosi menarik
5.	Proses (Process)	Infinito Culinary memberikan kemudahan dalam proses pemesanan	1	21	8	0	0	3.77	Pemesanan mudah
		Infinito Culinary memberikan kemudahan dalam proses pembayaran	0	27	3	0	0	3.9	Pembayaran mudah
6.	SDM (People)	Karyawan Infinito Culinary memberikan pelayanan yang sangat ramah dan sopan	1	17	8	3	1	3.47	Ramah dan sopan
		Karyawan Infinito	3	7	14	4	2	3.17	Kurang

**Tabel 1.10 (Lanjutan)**

No.	Keterangan	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Rata-Rata	Status
		Culinary memberikan pelayanan yang sangat cepat dan cekatan							cepat dan kurang cekatan
7.	Bukti Fisik ( <i>Physical Evidance</i> )	Ketersediaan tempat duduk di Infinito Culinary sangat banyak	0	16	11	3	0	3.43	Banyak
8.	Suasana Toko ( <i>Store Atmosphere</i> )	Kondisi tempat parkir sangat luas dan nyaman	0	9	15	5	1	3.07	Kurang luas dan kurang nyaman
		Suasana dan ruangan yang ditawarkan Infinito Culinary sangat nyaman	0	10	16	4	0	3.2	Kurang nyaman
		Papan nama Infinito Culinary sangat jelas sehingga mudah dikenali	0	7	18	3	2	3	Kurang jelas

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian Pendahuluan, 2017 (n=30)

Berdasarkan Tabel 1.10 menunjukkan ada masalah yang terjadi sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggan di Infinito Culinary. Permasalahan tersebut ada pada lokasi Infinito Culinary yang ditunjukkan melalui pernyataan lokasi Infinito Culinary sangat strategis yang memperoleh rata-rata 3,30 dengan status kurang strategis. Selain itu, terdapat permasalahan pada kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui pernyataan karyawan Infinito Culinary memberikan pelayanan yang sangat cepat dan cekatan yang memperoleh rata-rata 3,17 dengan status kurang cepat dan kurang cekatan. Serta permasalahan pada suasana toko yang

ditunjukkan dari pernyataan suasana dan ruangan yang ditawarkan Infinito Culinary sangat nyaman yang memperoleh rata-rata 3,20 dengan status kurang nyaman, pernyataan kondisi tempat parkir sangat luas dan nyaman yang memperoleh rata-rata 3,07 dengan status kurang luas dan kurang nyaman, serta pernyataan papan nama Infinito Culinary sangat jelas sehingga mudah dikenali yang memperoleh rata-rata 3,00 dengan status kurang jelas.

Terdapat banyak faktor penting yang perlu dipertimbangkan oleh para pelaku bisnis restoran untuk mencapai kesuksesan, salah satunya mengenai lokasi restoran tersebut. Lokasi restoran dapat membuat pelanggan setia dan tidak beralih ke pesaing. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Gusdialdo Sandi, Surya Dharma, dan Yuhelmi (2015:4) yang menyatakan bahwa : “Semakin kurang baik lokasi, maka akan menurunkan tingkat loyalitas pelanggan atau sebaliknya semakin baik lokasi maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan yang diperoleh.” Keberhasilan sumber daya manusia yaitu karyawan dalam menyampaikan barang dan jasa pada bisnis restoran sangatlah penting, hal ini dapat berpengaruh pada persepsi konsumen terhadap perusahaan. Menurut Griffin yang dikutip oleh Sangadji dan Sopiah (2013:118) menyatakan bahwa : “Perusahaan harus mengutamakan pelayanan untuk membentuk loyalitas yang sesungguhnya.” Suasana toko juga memiliki hubungan yang erat terhadap loyalitas pelanggan. Pada bisnis restoran yang menyediakan produk dan jasa, suasana toko dapat memberikan nilai tambah terhadap produk makanan dan minuman yang dijual. Menurut Dhurup dalam jurnal Florencia Irena Sari Listiono dan Sugiono Sugiarto (2015:2) mengemukakan bahwa : “Pelanggan tidak akan merekomendasikan restoran ke teman lainnya jika mereka tidak menemukan



suasana yang menarik sesuai mereka sendiri.” Hal tersebut menunjukkan bahwa suasana toko mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penjelasan dari teori dan fenomena-fenomena yang peneliti dapatkan dan telah diuraikan pada latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TOKO TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI INFINITO CULINARY BANDUNG”**.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian**

Identifikasi masalah merupakan proses yang penting dilakukan dalam penelitian. Masalah penelitian akan menentukan kualitas dari penelitian. Lalu dengan identifikasi masalah, peneliti akan menentukan rumusan masalah yang merupakan pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijawab oleh peneliti dan dicari pemecahan masalahnya.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang teridentifikasi pada Infinito Culinary adalah :

1. Restoran *western* menduduki pada tiga peringkat terakhir restoran yang paling dicari.
2. Berdasarkan penilaian pelanggan untuk rekomendasi restoran favorit menunjukkan Infinito Culinary memiliki *rating* terendah.
3. Berdasarkan data jumlah konsumen Infinito Culinary mengalami fluktuasi.

4. Berdasarkan data jumlah pendapatan Infinito Culinary mengalami fluktuasi.
5. Berdasarkan data jumlah pengguna Infinito Card mengalami fluktuasi.
6. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada loyalitas pelanggan di Infinito Culinary.
7. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa lokasi Infinito Culinary kurang strategis.
8. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa karyawan Infinito Culinary memberikan pelayanan yang kurang cepat dan kurang cekatan.
9. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa suasana dan ruangan yang ditawarkan Infinito Culinary kurang nyaman.
10. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa kondisi tempat parkir kurang luas dan kurang nyaman.
11. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa kondisi papan nama Infinito Culinary kurang jelas sehingga kurang mudah dikenali.

### **1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap lokasi Infinito Culinary.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Infinito Culinary.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap suasana toko di Infinito Culinary.
4. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Infinito Culinary.

5. Seberapa besar pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan di Infinito Culinary baik secara simultan maupun parsial.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

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

1. Tanggapan pelanggan terhadap lokasi Infinito Culinary.
2. Tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Infinito Culinary.
3. Tanggapan pelanggan terhadap suasana toko di Infinito Culinary.
4. Tanggapan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Infinito Culinary.
5. Besarnya pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan di Infinito Culinary baik secara simultan maupun parsial.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap dengan adanya pelaksanaan penelitian ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi peneliti sendiri dan umumnya dapat berguna juga bagi mereka yang membacanya. Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil bermanfaat sejalan dengan tujuan penelitian di atas, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna secara teoritis bagi :

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan. Juga sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak manajemen Infinito Culinary mengenai seberapa besar pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan di Infinito Culinary.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai sumber informasi dan referensi bagi peneliti lain yang meneliti topik pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan serta dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi seluruh pihak yang terkait dengan objek penelitian, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna secara praktis bagi :

1. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini peneliti mendapatkan pengalaman langsung yaitu penelitian di bidang manajemen pemasaran. Dengan penelitian ini diharapkan sebagai cara atau metode untuk mengembangkan keilmuan penulis di bidang

pemasaran terutama mengenai pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan sehingga dapat dipertimbangkan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.

## 3. Bagi Pihak Lain

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi serta bahan masukan atau tambahan pengetahuan yang bermanfaat untuk para pembaca atau peneliti lain yang akan melakukan penelitian pada bidang yang sama.

b. Dengan penelitian ini diharapkan bisa membuka paradigma baru bagi pembaca mengenai pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan.

