

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung pada tahun 2015 bersama empat kota lainnya di Indonesia yakni Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Bali telah ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner Indonesia oleh Kementerian Pariwisata. Ke depan, kota-kota itu diharapkan bisa masuk dalam situs warisan dunia UNESCO sehingga makin memberi dampak positif bagi negara. Menurut Menpar, sektor kuliner memberikan kontribusi kepada pendapatan negara sebesar Rp 208,6 triliun dengan rata-rata pertumbuhan sekitar 4,5% pada tahun 2013 lalu (www.pikiran-rakyat.com).

Bandung memang terkenal sebagai kota yang banyak menghadirkan beragam kuliner kepada masyarakat. Hampir setiap kuliner yang ada di Kota Bandung dapat diterima dan digemari oleh khalayak. Tidak hanya itu, Kota Bandung juga dikenal dengan keanekaragaman kuliner yang unik dan menarik, bukan hanya dari sisi rasanya saja tetapi juga dari sisi nama dan penyajian serta kemasannya pun dibuat dengan inovasi yang unik dan menarik.

Kuliner merupakan sebuah kebutuhan dan gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari karena setiap orang memerlukan makanan dan minuman yang sangat dibutuhkan oleh tubuh untuk beraktivitas mulai dari hidangan sederhana hingga hidangan yang berkelas tinggi dan mewah. Hal ini tentunya menjadi pasar tersendiri bagi para pelaku ekonomi khususnya di Kota Bandung. Apalagi hal ini mendapat perhatian yang serius dari pemerintah Kota

Bandung. Dalam RPJMD (Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah) Kota Bandung 2013-2018, industri kuliner di Kota Bandung mendapat perhatian yang sangat besar dari pemerintah. Hal ini tertuang dalam Misi 4 yaitu “Membangun perekonomian yang kokoh, maju, dan berkeadilan”, dimana salah satu sarasannya adalah “Berkembangnya sentra industri potensial, industri kreatif, industri kecil menengah, koperasi dan UMK”. Ekspektasi masyarakat global terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif yang sangat tinggi menuntut agresivitas pemerintah dalam menggerakkan relung perekonomian yang sedang berkembang ini. Tiga sektor utama industri ekonomi kreatif yakni kuliner, fashion, dan kerajinan secara nyata telah tersedia di Kota Bandung. Data menunjukkan dari tahun 2012-2016, jumlah restoran dan rumah makan yang terdaftar dan tercatat di Kota Bandung terus meningkat (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2017:70), sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Makan Dan Restoran Yang Terdaftar Dan Tercatat Di Kota Bandung Tahun 2012-2016

No	Tahun	Jumlah	Persentase kenaikan (%)
1	2012	625	-
2	2013	645	3,25
3	2014	663	2,79
4	2015	759	19,90
5	2016	795	4,74

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2017:70)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terjadi kenaikan jumlah restoran dan rumah makan yang terdaftar dan tercatat di Kota Bandung dari 2012 sampai 2016. Terjadi peningkatan jumlah setiap tahunnya. Pada tahun 2013 persentase kenaikannya sebesar 3,25%, dan pada tahun 2014 mengalami sedikit penurunan

yakni dengan kenaikan hanya sebesar 2,79%, tahun 2015 merupakan puncak kenaikannya yakni mencapai 19,90% hal ini turut juga dipengaruhi oleh ditetapkannya Kota Bandung sebagai destinasi wisata kuliner di Indonesia oleh Kementerian Pariwisata. Sedangkan pada tahun 2016 hanya naik sebesar 4,74%. Data tersebut memperlihatkan bahwa persaingan di bidang bisnis kuliner sangatlah ketat. Restoran dan Rumah makan dan Cafe terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya hal ini terjadi tidak terlepas dari banyaknya jumlah wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Kota Bandung.

Data diatas merupakan daftar restoran dan rumah makan yang terdaftar dan tercatat di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Jika dibandingkan dengan hasil listing SE2016 (Sensus Ekonomi Tahun 2016) penyedia makanan dan minuman tercatat sejumlah 71,460 usaha, sedangkan dalam publikasi Bandung Dalam Angka tercatat bahwa tahun 2016 terdapat 795 restoran dan rumah makan yang terdaftar di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Kedua data tersebut menunjukkan bahwa usaha-usaha kuliner dengan skala kecil jumlahnya sangat mendominasi.

Usaha restoran dan rumah makan di Kota Bandung banyak menawarkan beragam jenis hidangan. Kategori restoran dan rumah makan tersebut diantaranya *Sundanese cousine, Indonesian cousine, Asian cousine, European and Western cousine, bar and cafe, and fast food*. Menurut data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Pemerintah Kota Bandung pada tahun 2016 mempunyai 795 restoran yang terdaftar dengan berbagai kategori. Berikut adalah kategori dan jumlah restoran di Kota Bandung:

Tabel 1.2
Kategori dan Jumlah Restoran di Kota Bandung Tahun 2016

No	Kategori	Jumlah
1	Restoran Indonesia	191
2	Restoran Eropa	164
3	Restoran Sunda	124
4	Restoran Asia	116
5	Bar & Café	108
6	Restoran Siap Saji	92
Total		795

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2017

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa persaingan pada Restoran Eropa sangat tinggi. Pada tabel diatas kategori restoran pertama yang paling banyak di Kota Bandung adalah kategori Restoran Indonesia yaitu sebanyak 191 restoran dan kategori Restoran Eropa menempati posisi kedua dengan jumlah sebanyak 164 restoran, sementara Restoran Sunda menempati urutan ketiga yaitu sebanyak 124 restoran dan pada posisi keempat ada Restoran Asia yang memiliki jumlah sebanyak 116 restoran, sedangkan pada posisi kelima dan keenam masing-masing ditempati kategori Bar & Cafe dengan jumlah sebanyak 108 restoran dan Restoran Siap Saji sebanyak 92 restoran. Berdasarkan data yang didapat dari Duane E. Knapp dalam jurnal Apriliani Isnandari dan Sunarti (2018:5) menyatakan bahwa setiap restoran dituntut untuk menerapkan strategi diferensiasi secara unik, untuk membedakan satu restoran dengan restoran lainnya, dalam upaya menciptakan keunggulan yang berkesinambungan. Keanekaragaman kuliner tersebut menjadi objek wisata yang potensial bagi Kota Bandung, yang mendorong pertumbuhan restoran dari tahun ke tahun.

Banyaknya restoran dan rumah makan di Kota Bandung yang menyajikan hidangan yang berasal dari eropa yaitu *steak* yang semakin banyak digemari oleh

pecinta kuliner khususnya masyarakat Kota Bandung karena cita rasanya yang cocok dengan lidah masyarakat Kota Bandung. Bahkan akhir-akhir ini hidangan yang berasal dari negara barat ini semakin eksis dan sangat populer di Kota Bandung yang mengakibatkan semakin banyaknya restoran-restoran baru yang bermunculan. Restoran-restoran baru tersebut banyak mengandalkan hidangan khas eropa tersebut sebagai menu utamanya. Hal ini banyak memotivasi restoran-restoran lokal di Kota Bandung untuk berlomba-lomba membuat hidangan *steak* dengan varian bentuk, rasa, dan harga yang cocok dengan masyarakat Bandung dan dapat dinikmati semua golongan mulai dari golongan menengah ke atas sampai golongan menengah ke bawah.

Kota Bandung setidaknya terdapat beberapa restoran yang menawarkan hidangan *steak* dengan cita rasa yang tinggi dan dengan harga yang beragam. Berikut ini adalah daftar restoran *steak* di Kota Bandung beserta ratingnya. Adapun rating yang didapat oleh restoran ini di ukur berdasarkan empat variabel utama, yaitu *food* (tingkat kualitas hidangan yang ditawarkan), *service* (tingkat pelayanan yang diberikan), *price* (nilai dari hidangan dengan harga yang harus dibayarkan), dan *store atmosphere* (suasana tempat yang dirasakan). Berdasarkan ulasan pengunjung yang diberikan pada situs www.googlemaps.co.id. Peneliti hanya mencatat restoran dengan jumlah ulasan lebih dari 500 ulasan yang diberikan pengunjung dikarenakan banyaknya jumlah restoran-restoran *steak* yang tidak terlalu populer dikalangan masyarakat Kota Bandung dan juga peneliti beranggapan bahwa semakin banyak ulasan yang diberikan oleh pengunjung maka akan semakin terlihat masalah yang ada di restoran tersebut. Berikut ini daftar restoran *steak* yang ada di Kota Bandung beserta ratingnya :

Tabel 1.3
Daftar Restoran *Steak* di Kota Bandung Beserta Rating yang di Berikan Pengunjung pada Masing-Masing Restoran Tahun 2018

No	Restoran	Lokasi	Jumlah Ulasan	Rating
1	<i>Bilbao Brasserie</i>	Jl. Cimanuk No.12	575	4,5/5
2	Karnivor	Jl. R.E. Martadinata No.127	4335	4,4/5
3	Tizi	Jl. Kidang Pananjung No. 3	1109	4,4/5
4	<i>Justus Steak House</i>	Jl. Cimanuk No. 8	957	4,4/5
5	Warung <i>Steak</i> Pasadana	Jl. Sukamaju No 33	622	4,4/5
6	Javan Warung <i>Steak & Pasta</i>	Jl. Sulanjana No. 9	553	4,4/5
7	<i>Suis Butcher Steak House</i>	Jl. R.E. Martadinata No. 201	1320	4,3/5
8	Abuba	Jl. Prabu Dimuntur No.12	775	4,3/5
9	<i>OZT Cafe & Resto</i>	Jl Taman kopo Indah I Blok Q No. 6	525	4,3/5
10	Glosis	Jl. Citarum No. 12	509	4,3/5
11	Waroeng <i>Steak & Shake</i>	Jl. Dipati Ukur No. 63	860	4,2/5
12	<i>Steak Ranjang</i>	Jl. Dipati Ukur No. 68	762	4,2/5
13	<i>Cikawao Steak</i>	Jl. Cikawao No. 41B	545	4,1/5
14	<i>Double Steak</i>	Jl. Jawa No. 46	556	3,9/5

Sumber : Google Maps, 2018

<http://www.google.co.id/maps/search/Steak/@-6.9049657,107.6131467,12z>

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa terdapat 14 restoran yang menyajikan hidangan steak beserta rating yang diberikan oleh para pengunjung dengan kriteria jumlah ulasan minimal sebanyak 500 ulasan terlihat bahwa Restoran *Bilbao Brasserie* mendapat rating tertinggi yaitu 4,5/5 dengan jumlah ulasan sebanyak 575 ulasan dari pengunjung. Sementara Restoran Karnivor yang terletak di Jl. R.E. Martadinata No.127 mendapat rating sebesar 4,4/5 dengan jumlah ulasan sebanyak 4335 ulasan. Sedangkan Restoran *Double Steak* yang berlokasi di Jl. Jawa No 46 mendapat rating paling rendah yaitu 3,9/5 dengan ulasan sebanyak 556 ulasan dari pengunjung.

Dengan rating yang relatif lebih rendah dari pesaing tentu saja hal ini menjadi masalah yang harus diperhatikan pihak Restoran *Double Steak* Jl. Jawa No. 46, Bandung sebab pengunjung akan memberikan rating 5/5 jika mereka merasa bahwa tempat yang mereka kunjungi telah memenuhi semua aspek penilaian mereka meliputi *food* (tingkat kualitas makanan yang ditawarkan), *service* (tingkat pelayanan yang diberikan), *value* (nilai yang diberikan konsumen), dan *atmosphere* (suasana tempat yang dirasakan konsumen). Berdasarkan data diatas peneliti tertarik untuk mengetahui penyebab rendahnya rating yang diterima oleh Restoran *Double Steak* Jl. Jawa No. 46, Bandung.

Brand dari restoran ini cukup ternama untuk usaha kuliner khususnya pada usaha yang menyajikan hidangan jenis *steak*. Para pecinta hidangan *steak* di Kota Bandung sudah mengenal restoran ini karena dianggap mampu menghilangkan kesan mahal pada hidangan *steak* yang sebelumnya hanya mampu dinikmati kalangan menengah ke atas. Hal ini lah yang menyebabkan Restoran ini terus bertahan sampai sekarang.

Restoran *Double Steak* berdiri pada 1 juli 2004 dan cabangnya dikelola pada tahun 2008 yang bertempat di jalan Jawa dan Jl. Telaga Bodas No. 22 serta Jl. Bengawan No 78. Usaha ini dipegang dan dikelola oleh keluarga besar bapak Arie Delvano. Dengan berusaha memberikan resep yang terbaik agar menghasilkan produk makanan *steak* yang terbaik untuk pelangganya. Berangkat dari keinginan pemilik untuk menghadirkan produk *steak* dengan harga terjangkau sehingga dapat dijadikan sebagai tempat kumpul khususnya bagi anak-anak muda bandung. Mengusung *tagline* atau semboyan '*Super Valuable Steak Delicious Taste With Friendly Price*'. Menempati bangunan era kolonial yang tidak terlalu

luas, Restoran ini hadir dengan konsep “*DS For Anyone*”. Sesuai nama yang diusung Restoran ini menawarkan berbagai aneka pilihan menu berbahan daging steak. Diantaranya adalah *sirloin steak*, *tenderloin steak*, *T-bone steak*, *beef burger*, *beef bolognese*, *snapper steakk*, dan lain-lain. Selain menu daging sapi restoran ini juga menyediakan menu *steak* yang berbahan daging ayam, seperti *chicken steak*, *chicken burger steak* dan lain-lain. Bagi masyarakat Kota Bandung restoran ini cukup populer dikarenakan harga yang ditawarkan sangat terjangkau bagi semua kalangan. Hal ini sejalan dengan segmen yang menjadi sasarannya yaitu pada rentang usia 16-35 tahun atau pelajar sampai level profesional muda. Jam dibuka restoran ini setiap hari mulai dari pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB kecuali weekend tutup hingga pukul 23.00 WIB.

Secara keseluruhan Restoran ini telah memiliki outlet yang sebanyak 3 cabang yang berada di Kota Bandung yaitu Restoran *Double Steak* Jl. Talaga Bodas No. 22, Jl. Jawa No. 46, dan Jl. Bengawan No. 78, Bandung. Dan berikut ini adalah data jumlah masing-masing transaksi selama periode Januari-Juli 2018:



Gambar 1.1

Data Jumlah Transaksi Restoran *Double Steak* Bulan Januari-Juli 2018

Sumber: Data Internal Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung

Berdasarkan data pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah transaksi tertinggi terdapat pada restoran cabang Jl. Talaga Bodas yaitu sebanyak 14.700

transaksi sedangkan restoran cabang Jl. Bengawan mencatatkan jumlah transaksi sebanyak 12.600 transaksi dan yang terakhir jumlah transaksi paling rendah diantara semua cabang yakni terdapat pada restoran cabang Jl. Jawa yang hanya mencatatkan jumlah transaksi sebanyak 10.500 transaksi. Dengan melihat fenomena diatas peneliti tertarik untuk meneliti Restoran *Double Steak* yang terletak di Jl. Jawa No 46 Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Cabang Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung pada tanggal 17 Agustus 2018 didapat pula nilai penjualannya sela satu tahun, sebagai berikut :

Tabel 1.4
Nilai Penjualan Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung
Bulan Agustus 2017-Juni 2018

No	Bulan	Pendapatan	Progress %
1	Agustus	220.000.000	-
2	September	216.000.000	-1,81
3	Oktober	180.000.000	-16,66
4	November	189.750.000	5,41
5	Desember	231.000.000	21,73
6	Januari	225.000.000	-2,59
7	Februari	208.000.000	-7,55
9	Maret	220.800.000	6,15
10	April	172.500.000	-21,87
11	Mei	165.000.000	-4,34
12	Juni	160.000.000	-3,03
Jumlah		2.211.050.000	-33,86

Sumber: Data Internal Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46 Bandung

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa nilai penjualan yang cenderung berfluktuatif dan terus menurun dalam tiga bulan terakhir. Nilai penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember 2017 yaitu sebesar Rp. 231.000.000 dan nilai penjualan terendah

terjadi pada bulan Juni 2018 yang hanya mencatatkan nilai sebesar Rp. 160.000.000. Pada bulan April, Mei, dan Juni nilai penjualannya terus mengalami penurunan yaitu masing-masing mengalami penurunan sebesar -21,87% pada bulan April, -4,34% pada bulan Mei, dan pada bulan Juni mengalami penurunan sebesar 3,03%.

Penjualan yang berfluktuatif dan cenderung terjadi penurunan penjualan menandakan rendahnya keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk, konsumen tersebut merasa puas, berperilaku loyal, dan komitmen pada produk tersebut. Demikian juga restoran yang harus berorientasi pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar merasa puas dengan apa yang diberikan oleh pihak restoran. Namun pada kenyataannya membuat para konsumen merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh pihak restoran merupakan hal yang sulit untuk dipraktikkan karena banyaknya kendala-kendala yang terjadi dilapangan dan juga kebutuhan dari setiap konsumen yang berbeda-beda. Berikut ini adalah grafik keluhan konsumen yang didapat dari kotak pengaduan dan saran pada restoran yang berhasil dirangkum oleh peneliti:



Gambar 1.2
Pengaduan Konsumen Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46,

Bandung Bulan Januari-Juli 2018

Sumber: Data Internal Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung
Berdasarkan Gambar 1.2 diatas didapati bahwa keluhan konsumen selama bulan Januari-Juli 2018 mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat. Jumlah pengaduan terendah terjadi pada Bulan Maret yaitu sebanyak 14 pengaduan sedangkan pengaduan tertinggi terjadi pada Bulan Juli yaitu sebanyak 29 pengaduan yang di terima oleh restoran. Berikut adalah keluhan yang dirasakan oleh para konsumen:

Tabel 1.5
Pengaduan Konsumen terhadap Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung Bulan Januari – Juli 2018

No	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Tempat yang terlalu gelap/kurang pencahayaan/remang-remang pada malam hari	41
2	Tempat kurang terawat/kotor	34
3	Pelayanan kurang maksimal	29
4	Karyawan kurang responsive/jutek	22
5	Proses makanan terlalu lama	7
6	Rasa produk tidak konsisten/berubah-ubah	8
	Jumlah	141

Sumber : Data Internal Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung

Berdasarkan Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa masalah yang dikeluhkan oleh para konsumen antara lain: (1) pencahayaan yang kurang/mendekati gelap pada malam hari terdapat 41 keluhan (termasuk didalamnya tempat remang-ramang, lampu redup, malam banyak nyamuk, susah melihat menu pada malam hari), (2) tempat yang kurang terawat sebanyak 34 keluhan (termasuk didalamnya tempat kurang enak, suasana tempat tidak nyaman, toilet kurang bersih, tempat kurang luas), (3) pelayanan kurang maksimal sebanyak 29 keluhan (termasuk didalamnya pelayanan buruk pada jam sibuk,

pelayanan lambat, pelayanan kurang memuaskan, kualitas pelayanan menurun), (4) karyawan yang kurang responsive sebanyak 22 keluhan (termasuk didalamnya karyawan yang jutek dalam melayani konsumen, karyawan kurang sopan, karyawan kurang perhatian terhadap konsumen), (5) proses pemesanan makanan terlalu lama sebanyak 7 keluhan (termasuk didalamnya nunggu makanan lama, pesananan lama), (6) hingga rasa *steak* yang tidak konsisten atau berubah-ubah sebanyak 8 keluhan (termasuk didalamnya rasa berubah menjadi tidak enak, daging mengecil, menu hidangan kurang variativ). Maka berdasarkan semua permasalahan yang dikeluhkan konsumen, restoran harus melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di restoran tersebut peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner pra-survei kepada 30 responden yang berkunjung ke restoran. Hal ini dilakukan agar peneliti mendapat data yang akurat dan tepat sehingga dapat menghasilkan penyelesaian masalah yang dapat membantu pihak restoran. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

Tabel 1.6
Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen Restoran *Double Steak* Jl. Jawa No.46 Bandung Tahun 2018

Variabel	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Total
Kepuasan Konsumen	Saya merasa puas menyantap hidangan di Restoran <i>Double Steak</i> Jl. Jawa No.46 Bandung	-	20%	23,33%	40%	16,66%	100%
	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Restoran <i>Double Steak</i> Jl. Jawa	3,33%	20%	26,66%	33,33%	16,66%	100%

	No.46 Bandung						
--	---------------	--	--	--	--	--	--

Sumber : Hasil Penelitian Pendahuluan

Berdasarkan tabel 1.6 dapat dilihat bahwa hasil dari penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen diketahui bahwa sebanyak 79.99% responden merasa kurang puas menyantap hidangan di restoran dan sebanyak 76.65% responden merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran. Dari hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen diatas didapati bahwa tingkat kepuasan konsumen sangat rendah. Oleh karena itu peneliti menjadikan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen/terikat.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Fandy Tjiptono 2016:160). Konsumen dapat mengalami salah satu dari tingkatan kepuasan umum jika kinerja dibawah harapan konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas, senang atau gembira. Maka tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan.

Menurut Agus Riyanto (2015) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, dan melalui bauran pemasaran dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan atau ketidakpuasan seorang konsumen. Selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan Dewi Rohma (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa secara simultan bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada bisnis restoran.

Melalui kedua penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Bauran pemasaran merupakan strategi mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan (Buchari Alma, 2016:143). Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan terjadinya ketidakpuasan konsumen atau variabel independen/bebas maka peneliti membagikan kuesioner pra-survei kepada 30 responden yang berkunjung ke Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung. Berikut ini adalah hasil penelitian pendahuluan yang telah dilakukan peneliti:

Tabel 1.7
Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran di Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung Tahun 2018

No	Variabel	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Total
1	<i>Product</i>	Restoran <i>Double Steak</i> menawarkan menu makanan dan minuman yang beragam.	26,6%	40%	23,3%	10%	-	100%
		Rasa makanan dan minuman Restoran <i>Double Steak</i> sesuai dengan harapan saya.	30,6%	43,3%	13,3%	6,66%	6,66%	100%
2	<i>Price</i>	Harga yang ditawarkan Restoran <i>Double Steak</i> sesuai dengan rasa makanan dan minuman	60%	13,3%	20%	6,6%	-	100%

No	Variabel	Pernyataan	SS	S	KS	T	S	S	Total
		yang tersedia.							
		Harga yang ditawarkan Restoran <i>Double Steak</i> sesuai dengan pelayanan yang diberikan.	23,3%	36,6%	16,6%	13,3%	10%		100%
		Harga makanan dan minuman di Restoran <i>Double Steak</i> lebih murah dari restoran <i>steak</i> di Bandung.	46,6%	23,3%	26,6%	3,3%	-		100%
3	<i>Place</i>	Lokasi Restoran <i>Double Steak</i> mudah dijangkau.	30%	53,3%	16,6%	-	-		100%
		Lokasi Restoran <i>Double Steak</i> dapat dilihat dari jalan utama.	60%	30%	10%	-	-		100%
		Tempat parkir di Restoran <i>Double Steak</i> mudah dijangkau dan luas.	26,6%	46,6%	10%	16,6%	-		100%
4	<i>Promotion</i>	Iklan (brosur, internet, dan poster) yang dipakai Restoran <i>Double Steak</i> menarik perhatian	56,6%	23,3%	20%	-	-		100%

No	Variabel	Pernyataan	SS	S	KS	Lanjutan Tabel 1.7		Total
						TS	STS	
		anda.						
		Restoran <i>Double Steak</i> sering melakukan promosi penjualan (diskon, kupon, dan hadiah).	26,6%	26,6%	23,3%	13,3%	10%	100%
5	<i>People</i>	Karyawan Restoran <i>Double Steak</i> sopan dan ramah dalam melayani konsumen	20%	6,6%	40%	20%	13,3%	100%
		Karyawan Restoran <i>Double Steak</i> mampu mengatasi keluhan konsumen.	26,6%	10%	26,6%	20%	16,6%	100%
		Karyawan Restoran <i>Double Steak</i> cepat dalam menanggapi keluhan konsumen	30%	13,3%	30%	10%	16,6%	100%
6	<i>Process</i>	Proses pemesanan dan pembayaran makanan dan minuman di Restoran <i>Double Steak</i> sangat cepat.	56,6%	26,6%	10%	3,3%	3,3%	100%
		Proses penyajian makanan dan minuman di Restoran <i>Double Steak</i>	23,3%	30%	30%	3,3%	13,3%	100%

No	Variabel	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Total
		sangat cepat.						
								Lanjutan Tabel 1.7
7	<i>Physical Evidence</i>	Suasana di dalam Restoran <i>Double Steak</i> bersih dan nyaman	10%	6,6%	43,3%	20%	20%	100%
		Tata letak dan desain interior Restoran <i>Double Steak</i> nyaman dan menarik.	23,33 %	6,6%	23,3%	33,3%	13,3%	100%

Sumber : Penelitian Terdahulu (2018)

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada tabel 1.7 diketahui bahwa pada variabel *people* pada pernyataan pertama yaitu karyawan restoran sopan dan ramah dalam melayani konsumen sebanyak 73.33% responden menjawab tidak setuju, dan berpendapat bahwa para karyawan kurang sopan dan ramah dalam melayani para konsumen. Sedangkan pada pernyataan kedua sebanyak 63.32% responden menganggap bahwa karyawan restoran kurang mampu mengatasi keluhan konsumen. Sementara pada pernyataan ketiga sebanyak 56.66% responden menganggap bahwa para karyawan kurang cepat dalam menanggapi keluhan konsumen. Dari hasil penelitian pendahuluan juga didapati bahwa pada variabel *physical evidence* sebanyak 83.33% responden menganggap bahwa suasana didalam restoran kurang bersih dan nyaman. Sedangkan sebanyak 69.99% responden berpendapat bahwa tata letak dan desain interior restoran kurang nyaman dan menarik. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti diketahui bahwa masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen

di Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung adalah variabel *people* dan *physical evidence*.

People atau kualitas pelayanan yang diberikan restoran semestinya melebihi harapan konsumen dan hal itu berlangsung pada saat konsumen sedang menikmati pelayanan hingga sesudah terjadi transaksi. Kualitas pelayanan yang semakin baik akan menciptakan kepuasan konsumen, konsumen yang puas berhubungan pada terciptanya loyalitas. Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Ida Ayu Inten Surya Utami (2015) dan Felita Sasongko dan Hartono (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan selain *people* atau kualitas pelayanan, faktor lainnya adalah *physical evidence* atau *store atmosphere* yang diberikan oleh pihak restoran masih kurang sesuai dengan harapan konsumen. Suasana yang diciptakan oleh restoran dengan baik dimata konsumen akan menunjukkan tingkat keseriusan pihak restoran dalam membuat konsumen merasa nyaman, semakin nyaman suasana yang diciptakan akan membuat konsumen merasa puas sehingga konsumen akan mengulang untuk datang melakukan pembelian. *Store atmosphere* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Andi Tendean dan Arry Widodo (2017) menjelaskan bahwa pihak manajemen memiliki tujuan memberitahu, menarik, memikat atau mendorong konsumen untuk datang berkunjung dan membeli yang ditawarkan,

dan suasana toko yang ditata sedemikian rupa untuk menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian dan membuat konsumen puas dan betah berlama-lama di dalam restoran. Sedangkan menurut Maria Kristiana dan Muhammad Edwar (2017) menjelaskan bahwa *store atmosphere* menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam menciptakan kepuasan konsumen dalam bidang layanan jasa. Disaat konsumen merasa nyaman dengan suasana restoran yang diberikan perusahaan, maka konsumen akan merasa senang dan puas. Dari kepuasan tersebut akan menarik minat konsumen untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang.

Kualitas pelayanan dan *store atmosphere* yang diterapkan di Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung dianggap masih kurang maksimal. Harapan konsumen terhadap pelayanan dan *store atmosphere* yang ditetapkan oleh pihak restoran dengan kinerja restoran tidak berbanding lurus dan hal itu menyebabkan tingkat kepuasan konsumen masih rendah. Hubungan kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen diperkuat oleh penelitian Maria Kristiana dan Muhammad Edwar (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Restoran Double Steak Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini. Jika identifikasi masalah dan rumusan masalah sudah dilakukan maka tujuan, kajian pustaka, kerangka pemikiran, dan metode penelitian dapat dilakukan.

1.2.1 Identifikasi Masalah

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

1. Konsumen merasa kurang puas menyantap hidangan di Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung
2. Konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung
3. Karyawan Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46 Bandung kurang sopan dan ramah dalam melayani konsumen
4. Karyawan Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46 Bandung kurang mampu mengatasi keluhan konsumen
5. Karyawan Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46 Bandung lambat dalam menanggapi keluhan konsumen
6. Suasana di dalam Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46 Bandung kurang bersih dan nyaman
7. Tata letak dan desain interior Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46 Bandung kurang nyaman dan menarik
8. Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung mendapat rating

paling rendah diantara restoran sejenis di kota Bandung

9. Terdapat jumlah transaksi yang lebih sedikit di Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung diantara Restoran *Double Steak* Cabang lainnya yang ada di Bandung
10. Pendapatan Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung mengalami fluktuasi

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang terdapat di Restoran *Double Steak*.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* yang terdapat di Restoran *Double Steak*.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan di Restoran *Double Steak*.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Restoran *Double Steak* secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian di Restoran *Double Steak* adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen tentang kualitas pelayanan yang terdapat di

Restoran *Double Steak*.

2. Tanggapan konsumen mengenai *store atmosphere* yang terdapat di Restoran *Double Steak*.
3. Tingkat kepuasan konsumen pada Restoran *Double Steak*.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* pada Restoran *Double Steak*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Bagian ini akan menjelaskan mengenai kegunaan penelitian yang dibagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan secara akademis dan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- a. Penulis memiliki harapan agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang didapatkan selama melakukan proses penelitian.
- b. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar studi untuk perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis dan diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya bisa lebih baik dari penelitian yang telah dilakukan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

- a. Penulis lebih memahami mengenai kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen.
- b. Mengetahui penyebab terjadinya masalah kualitas pelayanan, *store*

atmosphere, dan kepuasan konsumen di Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung.

- c. Merasakan pengalaman langsung dalam menganalisis permasalahan yang terkait dengan kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen pada Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung.
- d. Memperoleh gambaran mengenai bisnis kuliner.

2. Bagi Perusahaan

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memperbaiki *store atmosphere*.
- b. Membantu Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung dalam menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan kepuasan konsumen.
- c. Bahan masukan bagi Restoran *Double Steak* Cabang Jl. Jawa No 46, Bandung untuk mengetahui persaingan yang terjadi saat ini.
- d. Memberikan masukan untuk meningkatkan *store atmosphere* seperti exterior, general interior, store layout, interior display yang lebih menarik untuk meningkatkan pengunjung yang datang.