

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis merupakan suatu fenomena yang menarik untuk diteliti, terlebih di era globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin mudah dan terbuka. Hal ini membuat banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antara perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, salah satunya bisnis kuliner. Bisnis kuliner diatur dalam Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 7 Tahun 2012 pasal 18 yang menjelaskan bahwa usaha jasa makanan dan minuman merupakan usaha penyedia makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian. Usaha jasa makanan dan minuman yang dimaksud meliputi restoran, rumah makan, restoran waralaba, *café*, pusat penjualan dan minuman (*pujasera*) dan jasa boga (*catering*).

Kota Bandung merupakan kota Metropolitan di Provinsi Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota dari Provinsi Jawa Barat. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta dan menjadi kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya menurut jumlah penduduk. Kota Bandung memiliki daya tarik yang cukup tinggi dalam bidang makanan dan minuman atau dengan kata lain yaitu kuliner. Wisata kuliner Bandung sudah menjadi primadona bagi para penggemar pemburu makanan dan minuman yang unik baik dalam maupun luar kota. Perputaran bisnis kuliner yang terjadi ini memberikan kontribusi yang cukup

signifikan terhadap peningkatan ekonomi kota. Seiring berkembangnya zaman, dunia ekonomi dan bisnis mengalami pergeseran menjadi ekonomi berbasis pengetahuan dan kreatifitas. Sehingga dimulailah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreatifitas dengan sebutan Ekonomi Kreatif yang digerakan oleh industri yang disebut Industri Kreatif. Berikut adalah data kontribusi subsektor industri kreatif di Kota Bandung tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Kontributor Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung

No	Industri Kreatif	Subsektor PDB	Persentase
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	Desain	6.159.598.596	5,88%
6	Fashion	16.080.768.980	15,62%
7	Kuliner	45.803.769.843	43,71%
8	Video, Film, Fotografi	250.431.983	0,24%
9	Seni Pertunjukan	124.467.644	0,12%
10	Musik	3.824.179.411	3,65%
11	Permainan Interaktif	337.392.321	0,32%
12	Penerbit dan Percetakan	4.283.989.793	4,09%
13	Layanan Komputer	1.040.637.861	0,99%
14	Televisi dan Radio	2.136.827.023	2,03%

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa PDB (Produk Domestik Bruto) Industri kreatif kota Bandung didominasi oleh industri kuliner sebesar 43,71% karena kuliner merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak di jadikan lading usaha di kota Bandung. Meningkatnya usaha kuliner di Kota

Bandung tentu sangat berkaitan dengan pertumbuhan jumlah penduduk yang terjadi. Pertumbuhan penduduk yang meningkat setiap tahunnya maka secara tidak langsung juga kebutuhan hidup yang harus dipenuhi serta keinginan. Berikut ini adalah jumlah penduduk Kota Bandung Tahun 2013-2017 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Jumlah Penduduk Kota Bandung

No	Tahun	Jumlah penduduk	Persentase (Peningkatan/Penurunan)
1	2013	2.444.617	
			↑ 0,57%
2	2014	2.458.503	
			↑ 0,50%
3	2015	2.470.802	
			↑ 0,43%
4	2016	2.481.469	
			↑ 0,37%
5	2017	2.490.622	

Sumber: www.bandung.go.id

Berdasarkan Tabel 1.2 bahwa pertumbuhan penduduk Kota Bandung terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kondisi ini menjadi peluang bagi para pelaku usaha kuliner sehingga bisnis bisa terus berkembang. Meningkatnya pertumbuhan penduduk ini menggambarkan bahwa perkembangan bisnis usaha makanan dan minuman di Kota Bandung sangat potensial karena bisa memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen. Salah satu bisnis yang memiliki peluang besar ialah wisata kuliner, banyak para pelaku bisnis berupaya mengembangkan bisnis seperti restoran, rumah makan, restoran waralaba, *cafe*, pusat penjualan makanan dan minuman dan jasa boga sesuai yang disebutkan dalam Peraturan

Daerah Kota Bandung Nomor 7 Tahun 2012 pasal 18. Pelaku bisnis berupaya membuat bisnis kulinernya agar menarik bagi konsumen sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikut ini adalah perkembangan usaha jasa makanan dan minuman atau industri kuliner di Kota Bandung sebagai berikut:

Tabel 1.3
Data Jenis Industri Kuliner di Kota Bandung

Jenis Usaha	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
Restoran	103	127	155
Rumah Makan	71	93	126
Restoran Waralaba	56	68	77
<i>Café</i>	220	267	339
Pujasera	35	42	59
<i>Cathering</i>	12	18	26
Total	497	615	782

Sumber: BPS Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa industri kuliner di Kota Bandung selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kondisi ini membuat persaingan usaha meningkat terutama dalam jenis usaha *Café* yang paling dominan dalam industri kuliner. Kota Bandung identik dengan berbagai macam kuliner terutama mencari *Café* yang unik. Perkembangan *Café* sekarang ini semakin berkembang dan pesat terutama di Kota Bandung. Banyak *Café* dengan berbagai konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk pelanggan, baik dari kalangan muda maupun kalangan orang tua. Hal ini berdampak pada semakin banyaknya para pelaku usaha yang terus berinovasi dan membuat ide-ide baru yang kreatif yang memiliki ciri khas masing-masing.

Nourma Vidya dalam artikelnya <https://www.zetizen.com/> (2017) usaha makanan dan minuman jenis restoran ialah apabila mempunyai aturan dan standar tertentu. Aturan standar tersebut yaitu standar kualitas menu, standar pelayanan, standar penampilan karyawan dan sebagainya. Selain itu, restoran juga dikelola oleh sistem manajemen profesional. Karena standar-standar ini restoran terkesan eksklusif juga harga yang ditawarkan cenderung mahal karena harus membayar Pajak Penambahan Nilai (PPN). Beda halnya dengan rumah makan, pada umumnya rumah makan tidak mempunyai sistem manajemen dan aturan-aturan baku yang mengikat. Umumnya rumah makan dikelola dan dimiliki oleh sebuah keluarga. Selain itu, rumah makan juga menyediakan menu yang sudah matang. Sehingga saat konsumen datang pelayan tinggal mengantarkan menu sesuai pesanan tanpa memasak terlebih dahulu. Sama halnya dengan restoran, restoran waralaba mempunyai aturan-aturan dan standar tertentu, namun yang membedakan ialah pemilik merek (*Franchisor*) memberikan hak menjalankan usahanya termasuk penggunaan mereknya sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati dengan pemodal (*Franchisee*). Jenis lainnya yaitu *Café* yang biasanya didominasi oleh menu makanan kecil atau ringan juga lebih cocok sebagai tempat berkumpul dengan keluarga atau teman-teman. Selanjutnya yaitu pusat penjualan makanan dan minuman (pujasera) dimana dapat ditemukannya banyak penjual makanan dan minuman yang berbeda dalam satu tempat. Jenis usaha yang terakhir yaitu jasa boga (*cathering*) jenis usaha yang bentuknya melayani pemesanan dan minuman untuk acara seperti pesta dan lainnya dalam jumlah yang banyak.

Kota Bandung merupakan salah satu pusat wisata kuliner di Indonesia, sudah dapat dipastikan wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara datang

ke Kota Bandung selain terkenal dengan *fashion*, wisatawan datang ke Kota Bandung untuk mencari berbagai macam menu makanan. Selain menu makanan, keberadaan tempat, pelayanan, dan harga yang terjangkau di semua kalangan ekonomi rendah atau tinggi. Penawaran agar terlihat menarik, maka pada produk atau jenis makanan yang ditawarkan harus mempunyai kelebihan serta perbedaan pada rasa, ragam menu, serta cara penyajian dari makanan. Tempat yang strategis dan harga yang terjangkau turut membantu daya tarik konsumen bagi suatu Café sehingga konsumen atau pelanggan merasa senang saat mengkonsumsi produk tersebut. Berikut ini adalah jenis Café di Kota Bandung sebagai berikut :

Tabel 1.4
Data Jenis Café di Kota Bandung Tahun 2017

No	Jenis Café	Tahun 2017	Persentase
1	<i>Coffee House</i>	139	41%
2	<i>Urban Foodcourt</i>	10	2,95%
3	<i>Buffet</i>	48	14,16%
4	<i>Bistro</i>	142	41,89%
Total		339	100%

Sumber: BPS Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa dari seluruh jenis *Café* di Kota Bandung pada tahun 2017 *Bistro* mendominasi dengan persentase sebesar 41,89% namun tidak berbeda jauh dengan *Coffee House* dengan persentase yang hampir sama yaitu sebesar 41%. Kemudian diikuti oleh jenis *Buffet* dengan persentase sebesar 14,16% dan terakhir adalah jenis *Urban Foodcourt* dengan persentase sebesar 2,95%.

Menurut Nourma Vidya dalam artikelnya <https://www.zetizen.com/> (2017) menjelaskan bahwa *Bistro* sendiri ialah merupakan salah satu jenis *Café* khas dengan suasana santai, homey, dan kasual yang menawarkan dengan terfokus pada makanan-makanan berat. Makanan yang disajikan juga dengan menu khas negara lain seperti Italia, Perancis atau lainnya. Menu yang ditawarkan juga tidak hanya dari negara lain namun bisa juga dengan menu-menu khas lokal Indonesia. Berbeda sedikit halnya dengan *Coffee House*, jenis ini menawarkan menu makanan kecil sebagai pendamping kopi dan menu makanan berat cenderung sedikit atau terbatas. Beda halnya dengan *Urban Foodcourt* yaitu tempat makanan yang bersifat kolektif dan dibuat lebih modern dalam segi konsep bangunan hingga menu makanannya juga fungsi lainnya sebagai tempat berkumpul. Jenis *Buffet* memiliki menu yang lebih komplit, karena biasanya kosnumen harus mengambil sendiri makanan yang telah dihidangkan disuatu *counter* dengan berbagai macam pilihan menu pembuka hingga menu penutup, pelayan hanya akan membersihkan meja dan mengambil pesanan minuman saja.

Produsen lain atau pesaing hal ini merupakan ancaman karena semakin banyak produk yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis jasa makanan dan minuman khususnya dalam persaingan usaha *Café* jenis *Bistro*. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan agar mampu bersaing di pasar. Mengatasi hal tersebut maka pelaku bisnis harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap para pelaku bisnis dituntut untuk dapat mengikuti

perubahan permintaan konsumen secara terus-menerus mengikuti perkembangan.

Seiring dengan berkembangnya jumlah pertumbuhan *Café* di Kota Bandung, masyarakat pada saat ini tidak akan sulit mencari *Cafe*. Konsumen hanya tinggal mencari informasi lokasi *Café* yang diinginkan melalui internet atau GPS. Selain mencari lokasi konsumen juga mencari informasi tentang kenyamanan tempatnya, daftar menu dan harga yang sesuai dengan konsumen tersebut. Banyak *Café* sekarang ini dengan mudah ditemui di Kota Bandung, konsumen hanya tinggal memilih saja *Café* mana yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan yang sedang terkenal. Persaingan yang meningkat pesat saat ini, keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh ketepatan dalam memanfaatkan peluang mengidentifikasi kegiatan-kegiatan usahanya.

Rully Bistro *Café* berdiri sejak tahun 2013 yang berlokasi di jalan Cibiru No. 631, dekat Pom Bensin Cibiru. *Café* ini menawarkan harga terjangkau dan menu menarik bagi pengunjungnya yang didominasi oleh remaja dan mahasiswa. *Café* ini memang cocok sekali bagi muda-mudi yang membutuhkan tempat bersama teman dan keluarga. Rully Bistro *Café* selalu mengikuti perkembangan zaman dan merealisasikan keinginan konsumennya. Rully Bistro *Café* selalu menyesuaikan dengan apa yang terjadi pada tren makanan saat ini. Oleh karena itu Rully Bistro *Café* selalu menganalisa perkembangan pasar, khususnya pada kalangan remaja hingga dewasa. Rully Bistro *Café* menginovasikan produk baru yang menarik untuk konsumen. Berikut adalah penilaian konsumen untuk beberapa *café* :

Tabel 1.5
Penilaian Konsumen Untuk Beberapa Café di Kota Bandung

No	Nama Cafe	Rating
1	Saka Bistro	4.5
2	Sejiwa <i>Coffe</i>	4.2
3	Tjendana bistro	4.2
4	Kupu Bistro	4.1
5	Goelali Bistro	4.0
6	Kampium Bistro Bandung	4.0
7	<i>Ozt café & Steak House</i>	4.0
8	Bandros Bistro Bandung	3.9
9	Ngorea Bistro	3.8
10	Rully Bistro Café	3.4

Sumber : Foursquare.com

Pada Tabel 1.5 di atas menunjukkan bahwa *rating* dari penilaian pelanggan untuk rekomendasi tempat setelah pelanggan pernah berkunjung ke salah satu café tertentu. Rata-rata *rating* café mendapat nilai 4, sedangkan untuk Rully Bistro café mendapat rating 3.4, maka dari itu peneliti memilih Rully Bistro café sebagai objek penelitian.

Rully Bistro café mempunyai banyak pilihan menu yang dapat dipilih oleh konsumen. Semakin ketatnya persaingan usaha dibidang ini, membuat perusahaan semakin dituntut untuk semakin cepat dalam menarik kosumen. Menarik konsumen tidak hanya untuk menunjukkan eksistensi dari perusahaan, namun juga untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan tersebut, dan untuk mencapai target penjualan setiap bulannya. Dengan cara perusahaan harus memperhatikan kepuasan setiap konsumen, setiap kepuasan konsumen tentunya ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi baik dari dalam maupun luar perusahaan. Kepuasan konsumen dianggap sebagai penentu sikap pasca pembelian dan

mencerminkan sebagai hasil positif maupun negatif, yang berasal dari pengalaman pribadi konsumen. Kepuasan konsumen (*Customer satisfaction*) diartikan sebagai fungsi dari seberapa sesuainya harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan dan suasana toko. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam bagi setiap perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. Oleh karena itu konsumen yang mendapatkan pelayanan yang baik akan merasa senang. Penelitian terdahulu yang diterapkan oleh Ida Ayu Inten Surya Utami dan I Made Jatra (2015), Felita Sasongko (2013), Tariq Khalil Bharwana (2013), Cherono Vivian (2013), Douglas Chiguvi (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Suasana toko juga memiliki peran penting dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena suasana toko tidak hanya memberikan suasana yang menarik bagi konsumen, suasana toko juga adalah salah satu sarana yang dapat berakibat positif dan menguntungkan, dapat dibuat semenarik mungkin dan juga dibuat agar konsumen merasa nyaman berada di Rully Bistro Café. Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan Muhammad Edwar(2017), Netti Mulya Sari Sg (2015), Masrul dan Okta Karneli (2017), Santika Devi (2017), Milzam Haidi Rofa (2016) menunjukkan bahwa suasana toko memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Strategi yang dilakukan Rully Bistro Café dalam mencapai target belum optimal, Berikut data pendapatan Rully Bistro Café pada bulan Januari sampai dengan September 2018 :

Tabel 1.6
Data Pendapatan Rully Bistro Café

Bulan	Pendapatan	Keterangan
Januari	Rp.79.005.000	-
Februari	Rp.80.759.100	(+) Rp. 1.754.100
Maret	Rp.89.990.000	(+) Rp. 9.230.900
April	Rp. 85.760.150	(-) Rp. 4.229.850
Mei	Rp. 100.082.900	(+) Rp. 14.322.750
Juni	Rp. 74.720.190	(-) Rp. 25.362.710
Juli	Rp. 90.498.400	(+) Rp 15.778.210
Agustus	Rp. 110.665.070	(+) Rp 20.166.670
September	Rp. 93.597.200	(-) RP. 17.067.870
Oktober	-	-
November	-	-
Desember	-	-

Sumber : Rully Bistro Café

Berdasarkan Tabel 1.6 di atas bahwa pendapatan Rully Bistro cafe berfluktuatif setiap bulannya dan dalam beberapa bulan tidak mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan yaitu sebesar Rp. 100.000.000 per bulan. Data menunjukkan mencapai target hanya pada bulan mei sebesar Rp. 100.082.900 dan bulan agustus sebesar Rp. 110.665.070, sementara pendapatan terendah terjadi pada bulan juni yaitu dengan Rp. 74.720.190. Menurunnya pendapatan Rully Bistro Café kemungkinan menunjukkan kurangnya efektifnya pelaksanaan elemen bauran pemasaran oleh Rully Bistro cafe, sehingga mempengaruhi menurunnya tingkat daya beli konsumen. Untuk mencapai target penjualan setiap bulannya Rully Bistro cafe harus memperhatikan penerapan elemen bauran pemasaran. Peneliti melakukan *survey* pendahuluan untuk mengetahui faktor apa saja yang mengakibatkan penurunan pendapatan di Rully Bistro cafe, hal ini digunakan agar peneliti mendapatkan bukti nyata permasalahan yang ada di Rully

Bistro cafe ini peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa konsumen dan *supervisor* yang ada di Rully Bistro Cafe. Peneliti melakukan pendahuluan penelitian pada Rully Bistro cafe dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang dilakukan secara acak kepada konsumen. Rully Bistro cafe Berikut adalah hasil penelitian pendahuluan pada Rully Bistro Cafe:

Tabel 1.7
Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen
Rully Bistro Cafe

Kategori	Pernyataan	Jawaban					Rata - rata	Status
		SS	S	CS	TS	STS		
Kepuasan Konsumen	Saya sangat puas dengan makanan yang disajikan Rully Bistro Café	3	7	14	6	-	3,23	Cukup Baik
	Saya sangat puas dengan minuman yang disajikan Rully Bistro Café	5	6	12	7	-	3,33	Cukup Baik
	Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan Rully Bistro Café	3	6	9	10	2	2,93	Cukup Baik
	Saya sangat puas dengan suasana yang ada di Rully Bistro Café	2	5	8	11	4	2,66	Cukup Baik

Sumber: Hasil Pra Survey (2018)

Berdasarkan Tabel 1.7 diatas survei pendahuluan mengenai kepuasan konsumen Rully Bistro Cafe bahwa dengan tingkat persaingan yang cukup tinggi membuat perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan harapan memberikan pengalaman pembelian yang baik dibenak konsumen. Namun ketika tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen

kurang atau rendah, maka terdapat kemungkinan konsumen berpaling kepada produsen lain yang bisa memberikan suatu produk maupun jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen sesuai dengan apa yang mereka harapkan atau ekspektasinya. 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 2013:160).

Konsumen merasa tidak puas diperkuat dengan data keluhan yang sering diterima Rully Bistro Cafe. Keluhan konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu alat mengukur seberapa besar kepuasan dan ketidakpuasan konsumen sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2015:219) bahwa sistem keluhan dan saran dapat dijadikan untuk mengukur kepuasan konsumen. Berikut adalah data keluhan konsumen di Rully Bistro Cafe terhitung dari bulan Januari 2018 hingga bulan September 2018 sebagai berikut:

Tabel 1.8
Data Keluhan Konsumen Rully Bistro Café
bulan Januari 2018 – September 2018

No	Keluhan konsumen	Jumlah keluhan
1	Pelayanan yang lambat	10
2	Suasana panas	5
3	Lahan parkir minim	7
4	Ruang sempit	3
5	Kebersihan kurang	4

Sumber : Rully Bistro Café

Berdasarkan Tabel 1.8 Terdapat beberapa keluhan yang dikeluhkan konsumen terhadap Rully Bistro Café dimana konsumen merasa pelayanan yang lambat, Suasana yang panas membuat konsumen tidak merasa nyaman berlama-lama berada di café. Kemudian lahan parkir yang kurang khususnya untuk kendaraan roda empat, selain itu ruangan sempit untuk pintu masuk dan jarak antar meja yang berdekatan membuat konsumen kurang nyaman, dan yang terakhir kebersihan pada café yang kurang baik. Berikut ini akan ditampilkan beberapa screeshoot mengenai keluhan konsumen pada Rully Bistro Cafe yang berasal dari Google Maps.



Gambar 1.1
Beberapa Keluhan Konsumen pada Rully Bistro Cafe
Sumber : Google Maps (2018)

Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh penulis melakukan penelitian pendahuluan atau pra survey sesuai dengan konsentrasi yang penulis ambil yaitu mengenai pemasaran, mengenai bauran pemasaran jasa (7P). pernyataan dari: *product, price, place, promotion, people, proccess, physical evidence*. Hal tersebut untuk mengetahui permasalahan yang sebenarnya terjadi pada Rully Bistro Cafe menyangkut tanggapan pengunjung tentang bauran pemasaran jasa dengan cara menyebarkan kuesioner dibagikan kepada konsumen Rully Bistro Cafe sebanyak 30 responden. Berikut ini hasil dari penelitian pendahuluan pada tabel 1.9 :

Tabel 1.9

Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran di Rully Bistro Cafe

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata - Rata	Status
			SS	S	CS	TS	STS		
1	Produk	Menu yang ditawarkan Rully Bistro Café sangat beragam	5	14	9	2	-	3,73	Baik
		Makanan Rully Bistro Café sangat enak	6	11	10	3	-	3,66	Baik
		Minuman Rully Bistro Café sangat enak	9	12	5	4	-	3,86	Baik
2	Harga	Harga yang ditawarkan Rully Bistro Café sangat terjangkau	5	9	14	2	-	3,56	Baik
		Sesuai harga dengan kualitas Harga yang ditawarkan Rully Bistro Café sesuai	7	15	8	-	-	3,96	Baik

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata - Rata	Status
			SS	S	CS	TS	STS		
		dengan kualitasnya							
3	Tempat	Lokasi Rully Bistro Café sangat mudah dijangkau	9	11	9	1	-	3,93	Baik
		Rully Bistro Café mempunyai suasana tempat yang sangat nyaman	6	7	15	2	-	3,56	Baik
4	Promosi	Pesan promosi yang diterapkan Rully Bistro Café sangat mudah dipahami dan menarik perhatian anda	7	13	6	4	-	3,76	Baik
		Media promosi (Brosur&Media sosial) yang dipublikasikan sangat menarik perhatian anda	10	11	7	2	-	3,96	Baik
5	Orang	Karyawan Rully Bistro Café sangat ramah	5	12	8	4	1	3,53	Baik
		Karyawan Rully Bistro Café sangat cepat tanggap dalam melayani konsumen	2	8	11	5	4	2,96	Cukup Baik
		Karyawan Rully Bistro Café memberikan pelayanan profesional	3	7	10	8	2	3,03	Cukup Baik

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata - Rata	Status
			SS	S	CS	TS	STS		
6	Proses	Proses pemesanan cepat dianggapi oleh pelayan	5	6	16	3	-	3,43	Baik
		Proses penyajian makanan dan minuman di Rully Bistro Café sesuai dengan gambar yang ada pada buku menu	6	15	7	2	-	3,83	Baik
		Proses penyampaian makanan dan minuman sangat baik	3	10	12	5	-	3,36	Baik
7	Bukti Fisik	Suasana di dalam ruangan Rully Bistro Café sangat luas, terang dan nyaman	2	8	10	7	3	2,96	Cukup Baik
		Fasilitas yang disediakan Rully Bistro Café sangat lengkap	4	3	8	11	4	2,73	Cukup Baik

Sumber: Hasil Pra Survey (2018)

Pada tabel 1.9 berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rully Bistro Café adalah kualitas pelayanan dan suasana toko. Berdasarkan hasil pra survey, konsumen merasa pelayanan yang diberikan Rully Bistro Café dinilai kurang cepat tanggap dalam merespon permintaan konsumen dan kurang jelas

dalam memberikan informasi café. Sedangkan konsumen merasa tidak asik berada di Rully Bistro Café karena pintu masuk yang kecil, meja saling berdekatan dengan meja lainnya, mushola kecil dan terbuka, dan beberapa kursi sofa kotor dan menimbulkan aroma yang tidak sedap sehingga konsumen kurang menikmati saat sedang makan di Rully Bistro Café.

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, jadi penyedia layanan jasa harus memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin agar hubungan yang erat dalam hal kepuasan konsumendapat terjaga dengan baik menurut Tjiptono (2014:268). Pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen diperkuat dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Inten Surya Utami dan I Made Jatra (2015) mengatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Felita Sasongko dan Hartono Subagio (2013) mengatakan bahwa kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Tariq Khalil Bharwana, Mohsin, Muhammad Mohsin (2013) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan Emmanuel Nondzor Horsu and Solomon Tawiah Yeboah (2015) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Hubungan suasana toko dengan keputusan pembelian menurut Seth Godin yang dialih bahasakan T.Hermaya (2013:123) Suasana toko pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian satu studi baru-baru ini melaporkan bahwa

tingkat kesenangan yang dilaporkan oleh pembeli lima menit setelah masuk ke toko sebuah prediksi dari jumlah waktu yang dihabiskan di toko serta tingkat belanja disana. Pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Masrul dan Okta Karneli (2017) mengatakan bahwa Suasana Toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Netti Mulya Sari Sg dan Aditya Wardhana (2015) mengatakan bahwa suasana toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Santika dkk (2017) mengatakan suasana toko berpengaruh positif terhadap kepuasan. Cheronon Vivian (2017) mengatakan suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Douglas Chiguvi (2017) mengatakan suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Pengusaha dituntut cermat melihat keinginan konsumen sehingga dapat memperbaiki tingkat pendapatan tersebut yaitu dengan kualitas pelayanan yang baik dan suasana toko yang nyaman, kualitas pelayanan dan suasana toko yang dirasakan konsumen belum sesuai dengan harapan sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen, asumsi tersebut menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti untuk mengetahui pengaruhnya pada kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan data yang telah ditunjukkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap konsumen pada Rully Bistro Café dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Rully Bistro Café)”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan masalah Penelitian

Identifikasi masalah merupakan proses penelitian yang bisa dikatakan paling penting diantara proses yang lain. 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 dicarikan pemecahan masalahnya.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan Rully Bistro Café yang dapat diidentifikasi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Persaingan Cafe selalu mengalami peningkatan setiap tahun.
2. Rully Bistro Café mendapatkan rating terendah di cafe sejenis lainnya.
3. Pendapatan Rully Bistro Café berfluktuatif setiap bulannya.
4. Pendapatan Rully Bistro Café tidak mencapai target pada beberapa bulan terkahir.
5. Pelayanan yang dilakukan Rully Bistro Café dinilai kurang memuaskan konsumen.
6. Suasana Rully Bistro Café kurang nyaman
7. Rendahnya kepuasan konsumen di Rully Bistro Café.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dikemukakan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada Rully Bistro Café.

2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai suasana suasana toko yang disediakan Rully Bistro Café.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Rully Bistro Café.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan suasana suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Rully Bistro Café baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada Rully Bistro Café.
2. Tanggapan konsumen mengenai suasana toko dilakukan Rully Bistro Café.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Rully Bistro Café.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Rully Bistro Café baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi peneliti sendiri, tetapi tulisan ini juga dapat berguna bagi mereka yang membacanya terutama yang ingin melakukan penelitian pengembangan yang berkaitan dengan faktor kualitas pelayanan dan faktor suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak yang bersangkutan, adapun kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan, khususnya bagi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
2. Memberikan masukan bagi ilmu pengetahuan mengenai hubungan dan pengaruh antara teori kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.
3. Memberikan informasi tentang teori kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan, yang mana dapat berguna untuk mempertahankan eksistensi perusahaan di bidang bisnis kuliner.
4. Memberikan informasi tentang teori kepuasan konsumen pada perusahaan yang mana dapat berguna untuk mengatasi permasalahan kepuasan konsumen untuk melakukan pembelian.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis bermanfaat bagi berbagai pihak yang memerlukannya untuk memperbaiki kinerja agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut, diantaranya adalah:

1. Bagi Peneliti
 - a. Dapat mempelajari lebih dalam di bidang pemasaran khususnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Dapat mengetahui permasalahan yang terjadi, seperti tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

- c. Dapat mengetahui hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Bagi Perusahaan

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi kualitas pelayanan yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi suasana toko yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi-strategi untuk menangani permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan kepuasan konsumen

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan bidang pemasaran, khususnya kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen.