

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata memiliki peran penting dalam peningkatan pendapatan suatu daerah atau negara. Selain itu pariwisata juga menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan kebudayaan suatu daerah ke daerah lainnya. Industri pariwisata juga memberi andil dalam pembangunan sosial dan ekonomi, baik itu di negara maju maupun berkembang. Indonesia merupakan daerah potensial untuk maju dan berkembang dari sektor pariwisata karena Indonesia menawarkan tempat-tempat indah untuk dijadikan objek wisata unggulan. Luas wilayah yang termasuk dalam salah satu negara terbesar di dunia ditambah dengan kondisi alam yang luar biasa menakjubkan menjadi Indonesia sebagai negara yang wajib dikunjungi dan didatangi oleh para wisatawan, baik domestik maupun wisatawan mancanegara.

Di Indonesia, khususnya Bandung sebagai salah satu kota di Jawa Barat dan merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung dikenal sebagai kota *Paris Van Java*, Kota Kembang, *City of Heritage* dan dikenal juga sebagai kota berbelanja dengan *mall*, *factory outlet* serta tempat berbelanja lainnya yang banyak tersebar di kota ini, kota Bandung juga menjadi kota wisata *fashion* dan kuliner. Sama halnya dengan tempat makanan dan *cafe* yang menyediakan banyak pilihan makanan, tempat berbelanja pun memberikan keanekaragaman yang ditawarkan, baik pakaian modern hingga tradisional. Pada tahun 2007, *British Council* menjadikan Bandung sebagai *pilot project* kota terkreatif se-Asia Timur.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.

Berdasarkan definisi tersebut, akan dijelaskan mengenai klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM:

Tabel 1.1
Klasifikasi UMKM Berdasarkan UU No. 20/2008

Ukuran Usaha	Aset	Omset
Usaha Mikro	Min. 50 Juta	Maks. 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	Maks 3 Miliar
Usaha Menengah	>500 Juta – 10 Miliar	>2,5 – 50 Miliar

Sumber : UU No. 20/2008

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, kekayaan bersih adalah pengurangan total nilai kekayaan usaha (asset) dengan total nilai kewajiban, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Kriteria Usaha Mikro memiliki kekayaan tidak lebih dari Rp. 50.000.000,00 dan memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp. 300.000.000,00 sedangkan Kriteria Usaha Kecil dan Menengah yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 pertahun.

Banyak sekali yang menjadi daya tarik kota Bandung ini, tidak hanya warga Bandung saja yang menyukai segala sesuatu yang di tawarkan kota Bandung namun banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi kota Bandung, baik itu

wisatawan domestik hingga wisatawan mancanegara, ditunjang dengan adanya akses transportasi yang mudah yaitu dengan adanya fasilitas tol antar kota yang membuat akses menuju kota Bandung menjadi lebih mudah. Selain akses tol antar kota, dikota Bandung juga terdapat berrbagai fasilitas transportasi umum seperti bus dan kereta api yang memudahkan wisatawan menuju kota Bandung. Rute udara juga menjadi salah satu faktor pendukung yang mempermudah wisatawan untuk datang ke kota Bandung, dilihat dari banyaknya maskapai yang beroperasi di Bandara Husein Sastranegara Bandung. Berikut peneliti sajikan data wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik yang berkunjung ke kota Bandung tahun 2018 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung
Tahun 2014-2018

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
2014	176 855	5 080 584	5 257 439
2015	176 432	5 388 292	5 564 724
2016	180 143	5 627 421	5 807 564
2017	183 932	5 877 162	6 061 094
2018	193 036	5 927 589	6 120 625

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 1.2 menjelaskan bahwa pengunjung kota Bandung dalam kurun waktu lima tahun terakhir mengalami peningkatan setiap tahunnya, di lihat dari total jumlah wisatawan dikota Bandung baik dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Hal ini membuktikan bahwa kota Bandung dianggap memiliki potensi pasar yang besar. Banyaknya wisatawan domestik dan wisatawan

mancanegara yang datang ke kota Bandung tiap harinya membuat bisnis di kota Bandung diyakini sangat menguntungkan dan sangat potensial. Hal ini berdampak pada makin banyaknya para pelaku usaha yang terus berinovasi yang bisa menarik minat konsumen untuk berbelanja. Berikut peneliti sajikan data kontribusi subsektor industri kreatif di kota Bandung Tahun 2018 sebagai berikut:

Tabel 1.3
Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung Tahun 2018

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.	Kuliner	45.803.769.843	43,71%
6.	Desain	6.159.598.596	5,88%
7.	<i>Fashion</i>	16.080.768.980	15,62%
8.	Video, Film, 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 : www.kompas.com

Berdasarkan data Tabel 1.3 menurut sumber Kompas menjelaskan bahwa terdapat 14 subsektor yang telah ditetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif yang berkontribusi di kota Bandung tahun 2018. Berdasarkan data Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa PDB industri kreatif kota Bandung dibidang kuliner menjadi salah satu yang berpengaruh dengan presentase sebesar 43,71%

karena kuliner merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak dijadikan sebagai ladang usaha bagi para pengusaha.

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Tidak terkecuali pada jaman sekarang yang dimana telah mengalami perkembangan dalam dunia usaha yang sangat pesat, segala bentuk kebutuhan hidup masyarakat baik dilihat dari segi kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier merupakan suatu kebutuhan yang ingin dipenuhi, terpuaskan dan tercapai oleh manusia.

Seiring dengan berkembang pembuka bisnis dalam kuliner pada jaman sekarang, orang-orang terutama anak muda adalah target utama dalam pemasaran dengan mengikuti desain dan suasana cafe yang sedang menjadi tren. Sehingga membuat semua menjadi tertarik dengan tempat dan suasana di dalam cafe atau resto hingga menjadi salahsatu tempat yang di tuju oleh setiap orang.

Bandung bersama empat kota/daerah lainnya yakni Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Bali, ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner Indonesia oleh Kementerian Pariwisata. Kedepan, kota-kota itu diharapkan bisa masuk dalam situs warisan dunia UNESCO sehingga makin memberi dampak positif bagi negara.

Perkembangan di dunia kuliner sangat pesat dan sangat maju di semua daerah terutama bandung salah satu *icon* kuliner terbesar di indonesia. Sehingga bandung menjadi salah satu wisata kuliner di indonesia yang sangat di buru oleh para pecinta kuliner di seluruh dunia dan banyaknya kuliner yang baru dan menarik perhatian anak remaja untuk menongkrong di dalam cafe dan resto yang ada di kota bandung.

Bebeke Om Aris adalah salah satu tempat kuliner yang ada di kota Bandung. Bebeke Om Aris yang menyediakan makanan dengan rasa yang menarik untuk di coba. Dengan desain anak muda yang senang nongkrong.

Tabel 1.4
Penilaian Konsumen Untuk Beberapa Tempat Kuliner di Kota Bandung

No	Nama	Rating
1	Bebek Garang	4.9
2	Bebek Ali Borme	4.6
3	Bebek Stallone	4.5
4	Bebek Salero	4.2
5	McDarmo LA	4.0
6	Bebeke Ngarasan	3.9
7	Bebek Setan	3.8
8	Bebek Asap Balcon	3.6
9	Bebek Van Java	3.6
10	Bebeke Om Aris	3.4

Sumber : Tripadvisor.com

Pada Tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa *rating* dari penilaian pelanggan untuk rekomendasi tempat setelah pelanggan pernah berkunjung ke salah satu tempat kuliner tertentu. Rata-rata *rating* mendapat nilai 4, sedangkan untuk bebeke om aris mendapat rating 3.4, maka dari itu peneliti memilih bebeke om aris sebagai objek penelitian.

Bebeke om aris 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 kosumen 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. Berikut data pendapatan bebeke om aris :

Tabel 1.5
Data Pendapatan dan Realisasi Target Bebeke om aris

No.	Tahun	Pendapatan	Target	Gap
1	Jan 2018	Rp. 37.981.000	Rp. 40.000.000	Rp. 2.019.000
2	Feb 2018	Rp. 45.720.000	Rp. 40.000.000	Rp. 5.720.000
3	Maret 2018	Rp. 39.284.000	Rp. 40.000.000	Rp. 716.000
4	April 2018	Rp. 38.995.000	Rp. 40.000.000	Rp. 1.005.000
5	Mei 2018	Rp. 37.565.000	Rp. 40.000.000	Rp. 2.435.000
6	Juni 2018	Rp. 36.410.000	Rp. 40.000.000	Rp. 3.590.000
7	Juli 2018	Rp. 35.070.000	Rp. 40.000.000	Rp. 4.930.000
8	Agus 2018	Rp. 29.220.000	Rp. 40.000.000	Rp. 10.780.000
9	Sept 2018	Rp. 26.200.000	Rp. 40.000.000	Rp. 13.800.000
10	Okt 2018	Rp. 27.441.000	Rp. 40.000.000	Rp. 12.559.000
11	Nov 2018	Rp. 25.356.000	Rp. 40.000.000	Rp. 14.644.000
12	Des 2018	Rp. 25.121.000	Rp. 40.000.000	Rp. 14.879.000

Sumber: *accounting* bebeke om aris

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas bahwa pendapatan bebeke om aris berfluktuatif setiap bulannya dan dalam beberapa bulan tidak mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan yaitu sebesar Rp. 40.000.000 per bulan.

Data menunjukkan mencapai target hanya pada bulan februari sebesar Rp. 45.720.000, sementara pendapatan terendah terjadi pada bulan desember yaitu dengan Rp. 25.121.000. Menurunnya pendapatan Bebeke Om Aris kemungkinan menunjukkan kurangnya efektifnya pelaksanaan elemen bauran pemasaran oleh

Bebeke Om Aris, sehingga mempengaruhi menurunnya tingkat daya beli konsumen. Untuk mencapai target penjualan setiap bulannya Bebeke Om Aris harus memperhatikan penerapan elemen bauran pemasaran. Peneliti melakukan *survey* pendahuluan untuk mengetahui faktor apa saja yang mengakibatkan penurunan pendapatan di Bebeke Om Aris, hal ini digunakan agar peneliti mendapatkan bukti nyata permasalahan yang ada di Bebeke Om Aris ini peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa konsumen dan *supervisor* yang ada di Bebeke Om Aris.

Tabel 1.6
Data Keluhan Konsumen Pada Bebeke Om Aris Tahun 2018

Bulan	Jumlah
Januari	3
Februari	3
Maret	10
April	9
Mei	3
Juni	7
Juli	5
Agustus	3
September	4
Oktober	3
November	5
Desember	5
Total	60

Sumber : Bebeke Om Aris

Berdasarkan tabel 1.6 pada halaman sebelumnya menunjukkan keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen bebeke om aris selama januari 2018 – desember 2018. Keluhan yang diterima kebanyakan mengenai rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan dan juga harga yang ditawarkan kurang sesuai dengan pelayanan yang diterima konsumen. Selain itu ada juga pelanggan yang merasa tempat kurang kurang nyaman, pesanan terlalu lama datang, karyawan yang kurang ramah, harga makanan yang kurang sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak kekurangan yang dimiliki oleh bebeke om aris dan harus menjadi tolak ukur pengembangan kedepannya agar kepuasan konsumen dapat ditingkatkan.

Peneliti melakukan pendahuluan penelitian pada Bebeke Om Aris dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang dilakukan secara acak kepada konsumen. Bebeke Om Aris Berikut adalah hasil penelitian pendahuluan pada Bebeke Om Aris:

Tabel 1.7

Hasil Kuisisioner Pra Penelitian Pendahuluan Terkait Konsumen Di Bebeke Om aris

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata - rata	Status	No Item
			SS	S	CS	TS	STS			
1	Keputusan Pembelian	Saya tertarik membeli produk di Bebeke Om Aris	7	6	14	3	-	3,56	Setuju	1

Lanjutan Tabel 1.6

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata - rata	Status	No Item
			SS	S	CS	TS	STS			
		Bebeke Om Aris menjadi pilihan utama dalam melakukan pembelian	3	9	12	6	-	3,30	Setuju	2
2	Kepuasan Konsumen	Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan Bebeke Om Aris	-	3	10	11	6	2,33	Kurang Setuju	3
		Saya sangat puas dengan kemudahan dalam memesan Bebeke Om Aris	-	4	11	13	2	2,56	Kurang Setuju	4
3	Loyalitas Konsumen	Saya sangat berminat untuk kembali lagi ke Bebeke Om Aris	2	15	11	2	-	3,56	Setuju	5
		Saya sangat sering berkunjung ke Bebeke Om Aris	5	11	12	2	-	3,63	Setuu	6

Sumber: Hasil Pra Survey (2018)

Dari hasil Pra Survey konsumen pada tabel 1.7 diatas menunjukkan bahwa terdapat beberapa masalah, hasil penelitian pendahuluan mengungkapkan masalah tertinggi berada pada kepuasan konsumen. dibuktikan dengan jawaban responden

mengenai pelayanan yang diberikan dengan rata-rata 2.33 yaitu kurang setuju, dan jawaban mengenai kemudahan dalam memesan dengan rata-rata 2.56 yaitu kurang setuju.

Dibawah ini disajikan hasil pra survey pada konsumen bebeke om aris cabang dipatiukur bandung.

Tabel 1.8
Data Hasil Prasurvey Pendahuluan

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rat a- Rat a	Status	No Item
			SS	S	CS	TS	STS			
1	Produk	Menu yang ditawarkan bebeke om aris sangat beragam	5	14	9	2	-	3,73	Setuju	1
		Makanan bebeke om aris sangat enak	6	11	10	3	-	3,66	Setuju	2
		Minuman bebeke om aris sangat enak	9	12	5	4	-	3,86	Setuju	3
2	Harga	Harga yang ditawarkan bebeke om aris sangat terjangkau	2	8	10	7	3	2,96	Kuran g Setuju	4
		Sesuai nya harga dengan kualitas Harga yang ditawarkan bebeke om aris sesuai dengan kualitasnya	4	3	8	11	4	2,73	Kuran g Setuju	5

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Status	No Item
			SS	S	CS	TS	STS			
3	Tempat	Lokasi bebeke om aris sangat mudah dijangkau	9	11	9	1	-	3,93	Setuju	6
		bebeke om aris mempunyai suasana tempat yang sangat nyaman	6	7	15	2	-	3,56	Setuju	7
4	Promosi	Pesan promosi yang diterapkan bebeke om aris sangat mudah dipahami dan menarik perhatian anda	7	13	6	4	-	3,76	Setuju	8
		Media promosi (Brosur&Media sosial) yang dipublikasikan sangat menarik perhatian anda	10	11	7	2	-	3,96	Setuju	9
5	Orang	Karyawan bebeke om aris sangat ramah	-	5	9	11	5	2,46	Kurang Setuju	10
		Karyawan bebeke om aris sangat cepat tanggap dalam melayani konsumen	-	4	11	12	3	2,53	Kurang Setuju	11
6	Proses	Proses penyajian makanan dan minuman di bebeke om aris sesuai gambar yang ada pada buku menu	5	6	16	3	-	3,43	Setuju	12

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rat a- Rat a	Status	No Item
			SS	S	CS	TS	STS			
7	Bukti Fisik	Suasana di dalam ruangan bebeke om aris sangat luas, terang dan nyaman	5	9	14	2	-	3,56	Setuju	13
		Fasilitas yang disediakan bebeke om aris sangat lengkap	3	12	9	6	-	3,4	Setuju	14

Pada tabel 1.8 berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Bebeke om aris adalah kualitas pelayanan dan harga. Berdasarkan hasil pra survey, konsumen merasa pelayanan yang diberikan bebeke om aris dinilai kurang cepat tanggap dalam merespon permintaan konsumen dan kurang jelas dalam memberikan informasi. Sedangkan konsumen merasa harga yang ditawarkan terlalu mahal dibandingkan dengan para pesaing dari bebeke om aris.

Perhitungan diatas didapatkan dari penjumlahan antara penilaian responden cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju kemudian dibagi jumlah kuesioner yang dibagikan yaitu 30 responden di kali 100%. Hasil persentase tersebut dianggap sebagai masalah yang terdapat dalam penelitian awal, karena dapat dibedakan antara penilaian responden yang menyatakan setuju lebih kecil dibandingkan dengan penilaian responden yang menyatakan cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel jumlah konsumen dan hasil penelitian awal dapat mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh bebeke om aris

belum optimal dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jumlah konsumen yang fluktuatif menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh bebeke om aris masih belum maksimal, selain itu dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis kepada konsumen bebeke om aris masih ada keluhan yang dialami konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan aspek utama yang harus dipenuhi oleh pihak bebeke om aris, dengan terciptanya kepuasan konsumen maka permintaan terhadap pembelian dan pemesanan makanan dan minuman pun akan naik. Salah satu hal yang menjadi penyebab terjadinya kepuasan konsumen adalah dari segi kualitas layanan yang diberikan. Kualitas layanan yang diberikan harus bisa memuaskan konsumen. Konsumen bisa puas terhadap suatu layanan jasa apabila mempunyai harapannya bisa terpenuhi. Konsumen juga membandingkan apa yang didapat di sebuah restoran dengan pesaing lainnya. Sehingga kehadiran kompetitor itu penting untuk meningkatkan kualitas layanan dari sebuah perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang paling diperhatikan oleh konsumen dan dijadikan tolak ukur kepuasan konsumen. Dalam perusahaan, semakin baik pelayanan yang diberikan karyawan kepada para konsumennya, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Akan tetapi, jika pelayanan yang diberikan karyawan buruk maka mampu menurunkan tingkat kepuasan konsumen. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Faiz Hanifudin (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor kedua juga dipengaruhi oleh harga dari produk atau jasa tersebut. Sebuah harga suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi tingkat kepuasan seorang konsumen. Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya, harga sangat berkaitan dengan fasilitas yang disediakan. Seorang konsumen tidak akan membayar lebih jika fasilitas yang dia dapatkan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkannya, perusahaan yang menetapkan harga yang terlalu tinggi dengan fasilitas yang buruk, akan menyebabkan minat dan kepuasan konsumen menurun.

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui lebih jauh dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen bebeke om aris dipatiukur bandung)”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat dimulai dari bagaimana masalah yang dibuat karena identifikasi masalah dan rumusan masalah merupakan langkah awal peneliti dalam melakukan penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bebeke om aris termasuk dala klasifikasi ukuran usaha mikro
2. Jumlah wisatawan setiap tahun nya meningkat
3. Kuliner merupakan subsektor yang paling berkrontibusi pada perekonomian kota Bandung

4. Penilaian konsumen untuk tempat kuliner bebek paling rendah
5. Penjualan beke om aris yang tidak selalu mencapai target
6. Terdapat keluhan di beke om aris sebesar 60 konsumen pada tahun 2018
7. Kualitas layanan beke om aris yang rendah
8. Harga makanan yang ditawarkan kurang terjangkau
9. Konsumen belum merasa puas dengan kinerja karyawan

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, penulis dapat merumuskan beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan beke om aris.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang harga beke om aris
3. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada beke om aris
4. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan konsumen beke om aris baik secara parsial maupun simultan.

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Tanggapan konsumen tentang kualitas pelayanan beke om aris.
2. Tanggapan konsumen tentang harga makanan beke om aris.
3. Tanggapan konsumen tentang kepuasan beke om aris.
4. Besarnya Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga makanan Terhadap Kepuasan konsumen beke om aris baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak yang bersangkutan, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

- a. Menambahkan ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum diperoleh peneliti dalam perkuliahan dengan membandingkan teori dan praktik di lapangan.
- b. Menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti tentang cara menyusun suatu penelitian.
- c. Menambah wawasan baru bagi peneliti mengenai sudut pandang industri kreatif kuliner yang telah ditunjukkan oleh teori dan konsep sebelumnya.

2. Bagi pengembangan ilmu manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi untuk manajemen pemasaran melalui pendekatan yang digunakan terutama dalam upaya menggali pendekatan baru dalam aspek strategi pemasaran yang menyangkut pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti lain

- a. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang khususnya ingin meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain dari kualitas pelayanan dan harga.

- b. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah didapat saat perkuliahan dengan realitas yang ada.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

- a) Menjadi lebih memahami tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas layanan dan harga yang ditetapkan oleh bebeke om aris.
- b) Memahami dan menganalisis kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen agar merasa puas.
- c) Memahami dan menganalisis keseimbangan antara harga yang ditetapkan dan kualitas layanan yang diberikan guna menciptakan kepuasan konsumen.
- d) Dapat memahami dan menganalisis harapan yang timbul dari adanya produk yang ditawarkan untuk konsumen untuk merealisasikan kinerja yang sesuai dengan harapan.

2. Bagi perusahaan

- a) Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen.
- c) Membantu perusahaan dalam peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga.

d) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran mengenai kualitas layanan dan penetapan harga dalam mewujudkan kepuasan konsumen dan menjadi masukan yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan.

3. Bagi pihak lain

- a) Sebagai masukan bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.
- b) Sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lain yang sejenis
- c) Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan perbandingan untuk penelitian sejenis
- d) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan dan pengalaman secara langsung dalam menghadapi permasalahan yang ada di dalam dunia kerja serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan antara teori yang didapat dari bangku kuliah dengan dunia kerja atau kenyataan.