

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung dikenal sebagai kota seni yang masyarakatnya memiliki kreativitas yang tinggi, baik dalam hal rancangan busana yang unik, hingga kreasi makanan yang selalu mengalami perkembangan terbaru. Hal ini menjadikan awal tumbuhnya industri kreatif yang ada di Kota Bandung.

Bandung tentunya adalah salah satu kota yang memiliki daya tarik dan potensi pasarnya yang besar, hal ini mendukung misi kota Bandung sebagai kota kreatif. Bahkan pada tahun 2014 lalu di kota Yokohama Jepang, Kota Bandung dicanangkan sebagai *pilot project* kota kreatif, dimana Kota Bandung akan menjadi titik sentral pada perkembangan ekonomi masa depan yang berbasis industri kreatif (*Disperindag* Kota Bandung). pemilihan Kota Bandung sebagai kota percontohan bukanlah tanpa alasan, terlihat dari makin banyaknya pelaku usaha yang terus berinovasi di kota Bandung menunjukkan perkembangan yang signifikan dan sangat berkontribusi pada kesejahteraan pendapatan daerah.

Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya (terutama di Eropa) atau juga Ekonomi Kreatif. Pengembangan Industri kreatif ini diatur oleh negara di dalam UU No. 3 Tahun 2014 yang mengatur tentang perindustrian. Kementerian

Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Berikut peneliti sajikan data kontribusi subsektor industri kreatif di kota Bandung data tabel 1.1 pada tahun 2018 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Kontribusi Industri Kreatif 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	<i>Fashion</i>	16.080.768.980	15,62%
6	Desain	6.159.598.596	5,88%
7	Kuliner	45.803.769.843	43,71%
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.bekraf.go.id

Berdasarkan data Tabel 1.1 diatas menurut sumber www.bekraf.go.id menjelaskan bahwa terdapat 14 subsektor yang telah di tetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif yang berkontribusi di kota Bandung tahun 2018, Menunjukkan bahwa industri kreatif kota Bandung didominasi atau berkontribusi paling besar yaitu industri kuliner sebesar 43,71% karena kuliner merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak dijadikan sebagai ladang

usaha bagi para pengusaha. Oleh karena itu data di atas menjadikan alasan peneliti melakukan penelitian di industri kuliner.

Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Banyaknya jumlah restoran dan rumah makan di kota Bandung menyebabkan persaingan yang semakin ketat serta menuntut setiap pelaku usaha bisnis kuliner untuk penyedia jasa yang baik dapat menguasai pangsa pasar dan mengoptimalkan profit perusahaan.

Dari macam-macam usaha jasa makanan dan minuman atau kuliner yang ada di kota Bandung, dinyatakan bahwa terdapat 4 kategori terfavorit yang tercantum pada data dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bandung yaitu restoran, rumah makan, *café*, dan *bar&lounge*. Jumlah terbanyak didapat pada kategori restoran yaitu 396 restoran, sedangkan jumlah yang terkecil terdapat pada *bar&lounge* yaitu 73 *bar&lounge* yang tersebar di kota Bandung. Berikut hasil survei independen tersebut data tabel 1.2:

Tabel 1.2
Daftar Kategori Kuliner terfavorit dan Jumlah di Kota Bandung tahun 2018

No	Kategori	Jumlah
1	Restoran	396
2	Rumah makan	372
3	<i>Café</i>	74
4	<i>Bar&lounge</i>	73

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2018

Berdasarkan data 1.2 di atas menunjukkan bahwa restoran menjadi kategori urutan pertama dan jumlah terbanyak di antara ke-4 kategori lainnya. Oleh karena peneliti menentukan restoran sebagai salah satu data untuk menentukan tempat atau lokasi.

Restoran adalah tempat bisnis yang menyiapkan dan menyajikan makanan maupun minuman kepada pelanggan dengan imbalan uang. Restoran sangat bervariasi dalam penampilan dan penawaran layanannya, restoran di kota Bandung banyak menawarkan beraneka ragam jenis makanan dan minuman. Kategori restoran tersebut diantaranya restoran Sunda, restoran Indonesia, restoran Asia, restoran Eropa. Menurut data analisis yang ada pada data sumber dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bandung. Bandung memiliki jumlah 396 restoran yang terdaftar dengan berbagai kategori. Berikut hasil survei independen dari 4 kategori restoran yang di dapat dari data tabel 1.3:

Tabel 1.3
Daftar Peringkat Kategori Restoran di Kota Bandung

No	Kategori	Jumlah
1	Restoran Indonesia	120
2	Restoran Sunda	112
3	Restoran Asia	83
4	Restoran Eropa	81

Sumber: Dinas pariwisata Kota Bandung 2018

Berdasarkan data tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa restoran Eropa menempati urutan terakhir dengan jumlah 81 restoran yang tersebar di kota Bandung. Oleh karena itu menjadikan alasan peneliti memilih restoran Eropa di antara kategori restoran lainnya.

Kota Bandung mempunyai banyak objek wisata yang menarik yaitu wisata belanja pakaian (*factory outlet*) dan wisata kuliner. Bandung banyak menawarkan hidangan-hidangan kuliner mulai dari Tradisional sampai Internasional. Usaha kuliner kota Bandung pun sangat bermacam-macam mulai dari kafe atau *coffe shop*, restoran, *food court*, sampai pedagang kaki lima. Bandung juga setidaknya memiliki beberapa restoran yang menawarkan makanan khas Eropa seperti *steak*

dengan citarasa yang tinggi dan harga yang terjangkau masyarakat Bandung. Peringkat pertama ditempati oleh Restoran *Moo Steak* dan di posisi terakhir ditempati oleh Restoran *Waroeng Steak & Shake*. Adapun hasil survey ini diukur berdasarkan empat variabel utama, yaitu *food* (tingkat kualitas makanan yang ditawarkan), *service* (tingkat pelayanan yang diberikan), *value* (nilai yang diberikan oleh konsumen) dan *atmosphere* (suasana yang dirasakan konsumen). Berdasarkan hasil survei menurut Info Bandung tahun 2018, Restoran *Waroeng Steak & Shake* menempati peringkat yang paling rendah apabila dibandingkan dengan restoran sejenis lainnya yaitu berada di peringkat terakhir dari 14 restoran *steak* yang ada di Kota Bandung. Data tersebut menunjukkan bahwa peringkat restoran *Waroeng Steak & Shake* masih berada di bawah restoran sejenis. Berikut adalah data tabel 1.4 daftar restoran yang menawarkan menu makanan beserta peringkatnya dari 14 restoran dan rumah makan di kota Bandung menurut info Bandung tahun 2018:

Tabel 1.4
Daftar Peringkat Kuliner *Steak* Restoran di Kota Bandung 2018

No	Restoran	Lokasi	Peringkat Restoran
1.	<i>Moo Steak</i>	Jl. Riau No.195	2
2.	<i>Obonk Steak & Ribs</i>	Jl. Dipatiukur No. 83	3
3.	<i>Cikawao Steak</i>	Komp. Cikawao Permai No. 41B Kav 13A	4
4	<i>Double Steak</i>	Jl. Jawa No. 11 / Jl. Talaga Bodas No. 22	9
5.	Karnivor	Jl. Riau No. 127	10
6.	<i>Javan steak</i>	Jl. Sulanjana No.9	11
7.	<i>Happy Cow Steak</i>	Jl Palasari No. 30 / Kadago Food Stall, Jl Juanda 325 Dago Atas	13
8.	<i>Waroeng Steak & Shake</i>	Jl. Tamansari No.54 / Jl. Dipatiukur No.63 / Jl Banteng No.14 / Jl. Kopo Cirangrang 484 / Jl. Lombok No.9 / Jl. Prof. DR. Ir. Sutami No.23 dan Jl. Lengkong Kecil No.21 , Bandung	14

Sumber : www.infobdg.com (2018)

<http://www.infobdg.com/v2/13-tempat-makan-steak-enak-di-bandung/>

Berdasarkan tabel 1.4 diatas menurut sumber [www.infobdg.com\(2018\)](http://www.infobdg.com) restoran Waroeng *Steak & Shake* menempati peringkat yang paling rendah dari 8 *brand* restoran dan 14 peringkat restoran *steak* yang lain yang ada di kota Bandung tahun 2018. Oleh karena itu data di atas di jadikan alasan untuk peneliti menentukan lokasi di restoran Waroeng *Steak & Shake*.

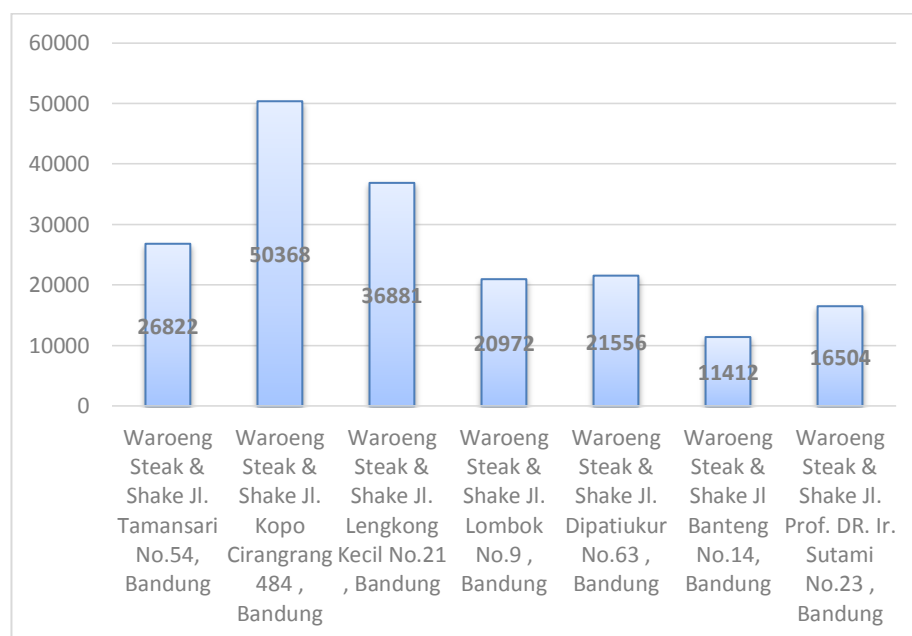
Waroeng *Steak & Shake* adalah *Brand* yang cukup ternama untuk usaha kuliner khususnya pada usaha yang menyajikan makanan jenis tersebut. Waroeng *Steak & Shake* tersebut cukup terkenal di masyarakat khususnya dikalangan mahasiswa. Waroeng *Steak & Shake* berdiri dan dijadikan peluang usaha yang bagus dikarenakan stigma mahal yang sudah sangat melekat pada masakan Eropa contohnya adalah *steak* hanya bisa dinikmati oleh kalangan menengah ke atas, dari sinilah akhirnya timbul gagasan untuk membuat *steak* dengan harga yang terjangkau oleh kantong mahasiswa.

Akhirnya pada tahun 2000 terwujudlah satu restoran di Jl. Cendrawasih demangan Yogyakarta pada pertengahan bulan juni sebagai awal terobosan baru sebuah *steak* yang murah, dengan rasa yang tidak kalah enak dengan *steak* yang dijual mahal. Selain itu kami selalu mengutamakan ke semua bahan-bahan makanan dan semua jenis minuman, dengan bahan-bahan lokal kita mampu menyajikan cita rasa tinggi khas Eropa.

Waroeng *Steak & Shake* awalnya dibuka di Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta yang juga kota mahasiswa. Saat ini Waroeng *Steak & Shake* sudah memiliki banyak gerai, selain di Yogyakarta dan Jakarta ada juga gerai-gerai yang berada di luar kota seperti Jakarta, Malang, Semarang, Bandung, Banten, Bali, Medan, Pekanbaru, Solo, Palembang dan Bogor. Umumnya gerai Waroeng *Steak*

& Shake berada di sekitar lokasi kampus yang banyak mahasiswa. Pada bagian depan tempat makan ini adalah tulisan “Waroeng *Steak & Shake*“ dengan paduan warna kuning dan hitam, yang menjadikan salah satu ciri dari *brand* tersebut.

Secara keseluruhan, Waroeng *Steak & Shake* memiliki 36 Cabang yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia (Waroeng *Steak & Shake*, 2011). Sedangkan di kota Bandung saat ini terdapat 7 cabang yaitu di Jl. Tamansari No.54, Jl. Dipatiukur No.63, Jl. Banteng No.14, Jl. Kopo Cirangrang 484, Jl. Lombok No.9, Jl. Prof. DR. Ir. Sutami No.23 dan Jl. Lengkong Kecil No.21, Bandung. Hasil wawancara dengan Manajer Pemasaran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14 Bandung pada tanggal 2 Juni 2019 didapat pula Data Transaksi 7 Cabang Restoran Waroeng *Steak & Shake* Bandung Bulan Januari 2018–Juni 2018, gambar data 1.1:

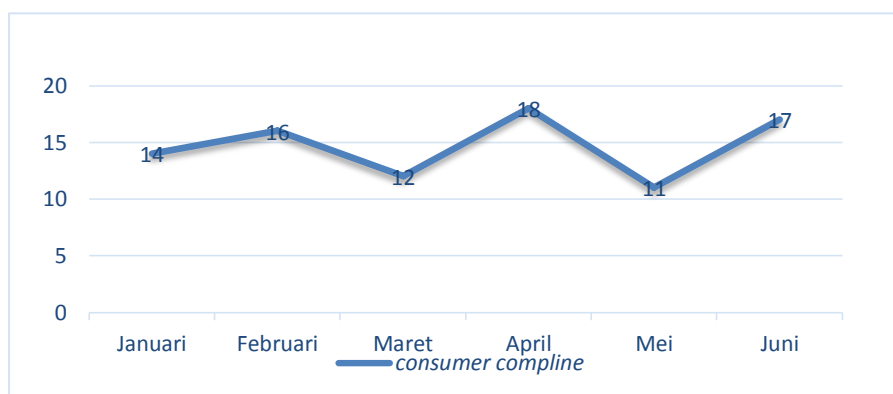


Sumber: Data Transaksi 7 Cabang Waroeng *Steak & Shake*, Bandung 2018

Gambar 1.1
Data Transaksi 7 Cabang Restoran Waroeng *Steak & Shake* Bandung
Bulan Januari 2018 – Juni 2018

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menurut sumber Manajer Pemasaran di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No. 14 Bandung, terdapat jumlah transaksi dari 7 cabang Restoran Waroeng *Steak & Shake* yang ada di Bandung. Dapat dilihat Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14 Bandung jumlah transaksinya yang paling sedikit dengan jumlah hasil 11.412 orang yang bertransaksi. Oleh karena itu peneliti tertarik menentukan lokasi di cabang Jl. Banteng No. 14 Bandung.

Pada kenyataannya membuat para konsumen merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung merupakan hal yang sulit untuk dipraktekan karena banyaknya kendala-kendala yang terjadi dan juga pada dasarnya setiap konsumen memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Berikut adalah berbagai hal yang dapat membentuk kepuasan atau ketidakpuasan melalui *consumer complain* pada Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14, Bandung. Gambar data 1.2:



Sumber : Data Keluhan Konsumen Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng 2018

Gambar 1.2

Data Keluhan Konsumen Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14 Bandung Bulan Januari 2018–Juni 2018

Berdasarkan Gambar 1.2 tersebut menjelaskan bahwa keluhan/pengaduan konsumen terhadap Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung selama bulan Januari 2018 hingga bulan Juni 2018 mengalami fluktuasi yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan konsumen. Inilah keluhan konsumen terhadap Waroeng *Steak & Shake* (Survei pada Konsumen Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung) data tabel 1.5 sebagai berikut:

Tabel 1.5
Keluhan Konsumen terhadap Restoran Waroeng *Steak & Shake* (Survei pada Konsumen Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung)

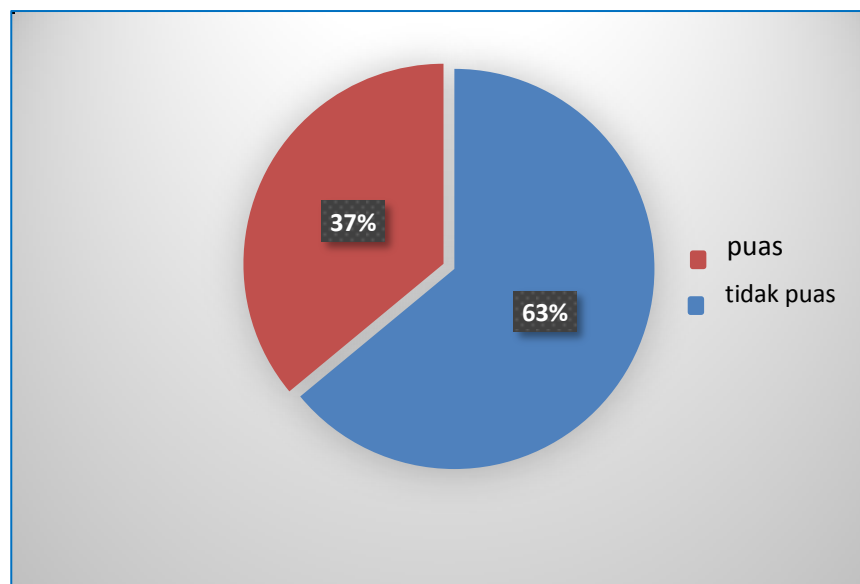
No	Keluhan Konsumen	Hasil	Keterangan
1	Harga menjadi lebih mahal	<i>Conditionally</i>	Dalam tahap penyesuaian
2	Harga semakin naik tetapi ketebalan daging semakin menipis	<i>Conditionally</i>	Dalam tahap penyesuaian
3	Menu Steak ala waroeng terlalu berlebihan memberi tepung	<i>Conditionally</i>	Dalam tahap penyesuaian
4	Rasa menu minuman tidak standart	<i>Conditionally</i>	Dalam tahap penyesuaian
5	Pelayan sulit dijangkau untuk merespon keluhan konsumen	<i>On Progress</i>	Dalam tahap Perencanaan
6	Kurang banyaknya pendingin udara	<i>On Progress</i>	Dalam Tahap Perencanaan

Sumber: Data Keluhan Konsumen Waroeng *Steak & Shake* 2018
Cabang Jl. Banteng No. 14 Bandung

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas menjelaskan bahwa terdapat beberapa masalah yang dikeluhkan konsumen terhadap Restoran Waroeng *Steak & Shake* mengenai Harga menjadi lebih mahal dan semakin naiknya harga tetapi ketebalan daging semakin menipis, serta menu steak ala warung terlalu berlebihan memberi tepung dan rasa menu minuman tidak standar kurang manis dan dingin dirasa, Pelayan sulit dijangkau konsumen untuk berkomunikasi mengenai keluhan yang akan disampaikan, suasana yang dirasa panas membuat konsumen kurang nyaman dengan suasana Restoran Waroeng *Steak & Shake*. Maka dengan semua

permasalahan yang dikeluhkan konsumen, perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap semua hal yang dapat memenuhi kepuasan konsumen, oleh karena itu peneliti mulai menentukan masalah yaitu terdapat pada kepuasan konsumen.

Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi Restoran Waroeng *Steak and Shake*, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke Restoran Waroeng *Steak and Shake*. Hal ini dilakukan agar konsumen memiliki rasa percaya terhadap Restoran Waroeng *Steak and Shake* dan mau melakukan pembelian kembali di Restoran Waroeng *Steak and Shake* yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan konsumen dan menjadi loyal. Data gambar 1.3 Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen pada Restoran Waroeng *Steak & Shake* yaitu sebagai berikut:



Sumber : Hasil Penelitian Pendahuluan (2019)

Gambar 1.3

Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Gambar 1.3 pada halaman sebelumnya menyatakan bahwa kepuasan konsumen terhadap Restoran Waroeng *Steak & Shake* sekitar 37% merasa puas dan sekitar 63% merasa tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum jika kinerja dibawah harapan konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa sangat puas, senang atau gembira. Maka tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan.

Bauran pemasaran yaitu merupakan seperangkat atau serangkaian alat pemasaran yang digunakan untuk mengkomunikasikan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen potensial perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan pemasarannya disuatu pasar sasaran. Melihat penyebab fenomena yang terjadi, penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung. Penelitian pendahuluan tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan kepuasan konsumen yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan diantaranya adalah bauran pemasaran. Restoran Waroeng *Steak & Shake* adalah usaha yang bergerak di bidang jasa yang tidak hanya menjual produk tetapi juga

memberikan *service* kepada kosumen dalam proses pembelian produk. Data tabel

1.6 hasil penelitian pendahuluan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.6

Hasil kuesioner Pra Survei Tentang Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Keuasan Konsumen Menggunakan Bauran Pemasaran di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung

No	Variable	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Jumlah Skor	Rata -rata
1	Produk	Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> menawarkan banyak pilihan menu baru yang beragam	5	6	10	6	3	30	94	3,1
		Anda mengenal dengan baik produk yang ditawarkan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i>	7	9	13	1	-	30	112	3,7
2	Harga	Harga dari menu yang ditawarkan sesuai dengan rasa dari makanan dan minuman yang tersedia.	-	5	12	8	5	30	77	2,5
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan.	-	8	12	6	4	30	84	2,8
3	Lokasi	Lokasi Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> mudah dijangkau dan strategis	3	16	10	1	-	30	111	3,7
		Lokasi Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.	4	19	6	1	-	30	116	3,8

No	Variable	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Jumlah Skor	Rata -rata
4	Promosi	Iklan (brosur, internet, dan poster) yang dipakai Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> menarik minat anda.	3	10	9	6	2	30	96	3,2
		Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> sering melakukan promosi penjualan	2	6	16	5	1	30	93	3,1
		Anda datang ke Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> karena rekomendasi dari teman	10	12	8	-	-	30	122	4
5	Orang	Karyawan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> selalu berpenampilan rapih	-	6	16	8	-	30	88	2,9
		Karyawan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> mampu mengatasi keluhan konsumen	-	7	11	2	10	30	75	2,5
		Karyawan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> sangat handal dalam memberikan pelayanan	-	9	13	3	5	30	86	2,8
6	Proses	Proses pemesanan di Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> sangat cepat	2	10	14	4	-	30	100	3,3
		Proses penyajian makanan dan minuman tertata sesuai dengan gambar yang tersedia dalam buku menu.	1	16	10	3	-	30	105	3,5

No	Variable	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Jumlah Skor	Rata -rata
7	Bukti fisik	Lingkungan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> bersih dan nyaman.	4	8	11	5	2	30	97	3,2
		Tata letak dan desain interior Restoran Waroeng <i>Steak & shake</i> unik, nyaman, dan menarik.	4	8	11	5	2	30	97	3,2

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian (2019)

Berdasarkan pada tabel 1.6 diatas menurut sumber Hasil Pengolahan Data Penelitian terdapat masalah yang mempengaruhi ketidak puasan konsumen di Restoran Waroeng *Steak & Shake* yaitu harga. Harga yang ditawarkan Restoran Waroeng *Steak & Shake* masih kurang sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Harga dilihat dari sudut pandang konsumen seringkali digunakan sebagai indikator nilai. Apabila produk menerapkan harga yang tinggi maka konsumen pun memiliki persepsi dan harapan yang tinggi pula. Manfaat yang diterima harus melebihi harapan konsumen karena jika tidak, maka konsumen akan merasa kurang puas. Restoran Waroeng *Steak & Shake* harus melakukan perubahan strategi, misalnya dengan cara melakukan evaluasi mengenai harga yang ditawarkan oleh pihaknya apakah telah sesuai dengan pangsa pasar, sejauh mana keragaman produk-produk yang ditawarkannya mampu menarik minat beli konsumen.

Hasil pendahuluan penelitian menunjukkan selain harga, faktor lainnya adalah orang yang mewakili pernyataan dari kualitas pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran semestinya melebihi pelayanan yang diharapkan

konsumen dan hal itu berlangsung pada saat konsumen sedang menikmati pelayanan hingga sesudah terjadi transaksi. Harga dan Kualitas Pelayanan yang diterapkan di Restoran Waroeng *Steak & Shake* dianggap kurang maksimal. Harapan konsumen terhadap pelayanan dan harga yang ditetapkan pihak restoran dengan kinerja restoran tidak berbanding lurus dan hal itu menyebabkan tingkat kepuasan konsumen masih rendah. Hubungan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14, 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 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, dan berpijak pada hasil observasi dan wawancara permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Ketatnya persaingan di antara restoran sejenis
2. Jumlah transaksi Terendah dari cabang lain
3. Masalah pada harga:
 - a. Harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas produk
 - b. Harga menjadi lebih mahal
4. Masalah pada kualitas pelayanan:
 - a. Karyawan kurang handal dalam memberikan pelayanan
 - b. Karyawan kurang mampu mengatasi keluhan konsumen
5. Masalah pada kepuasan:
 - a. Tingkat kepuasan rendah
 - b. Bertambahnya keluhan atau pengaduan konsumen

1.2.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan oleh Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang terdapat di Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan di Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
4. Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Waroeng *Steak & Shake* secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian di Restoran Waroeng *Steak & Shake* adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai Harga yang ditawarkan Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
2. Tanggapan konsumen mengenai Kualitas Pelayanan yang terdapat di Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan di Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
4. Besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Waroeng *Steak & Shake*, baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dan dapat berguna bagi pihak perusahaan, dan pihak lain , membantu atau memberi sumbangan pikiran bagi mereka yang membacanya dan dijadikan sebagai referensi bagi yang akan meneliti terutama berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi peneliti dapat dijadikan sebagai bahan masukan sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan keadaan teoritis yang diterima selama perkuliahan.

2. Untuk memberikan sumbangan teoritis dalam bidang ilmu pemasaran khususnya yang terkait dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

- a. Peneliti mendapatkan ilmu, wawasan, pengalaman serta mengamati secara langsung mengenai pengaruh harga yang ada di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.
- b. Peneliti mendapatkan ilmu, wawasan, pengalaman serta mengamati secara langsung mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang ada di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.
- c. Peneliti mendapatkan ilmu, wawasan, pengalaman serta mengamati secara langsung mengenai kepuasan konsumen yang ada di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.
- d. Sebagai alat untuk mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh selama kuliah.

2. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai harapan yang dapat menjadi suatu bahan evaluasi terhadap pengembangan perencanaan perubahan harga di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.

- b. Sebagai harapan dan dapat bermanfaat sebagai pertimbangan dalam mengembangkan kualitas pelayanan di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.
- c. Sebagai harapan dan dapat bermanfaat menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kepuasan konsumen di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Penelitian ini di harapkan dapat menjadi perbandingan, memberikan tambahan informasi, dan memberikan gambaran mengenai pengaruh harga.
- b. Penelitian ini di harapkan dapat menjadi perbandingan, memberikan tambahan informasi, dan memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan.
- c. Penelitian ini di harapkan dapat menjadi perbandingan, memberikan tambahan informasi, dan memberikan gambaran mengenai kepuasan konsumen.