

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia pada dasarnya membutuhkan makanan sebagai kebutuhan pokok (*primer*) setiap harinya, artinya manusia tidak akan pernah lepas dari kebutuhannya akan makanan untuk terus bertahan hidup. Di era sekarang kebutuhan manusia akan makanan semakin meningkat dikarenakan hadirnya *trend* wisata kuliner, menyebabkan para pelaku usaha di industri makanan dan minuman semakin gencar untuk membuka usaha di bidang kuliner karena pertumbuhan bisnis di industri tersebut memiliki prospek yang baik. Bisnis kuliner meliputi usaha jasa makanan dan minuman yang diatur dalam Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 7 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan kepariwisataan. Peraturan tersebut tertuang dalam pasal 18 yang menjelaskan bahwa usaha jasa makanan dan minuman merupakan usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajiannya. Usaha jasa makanan dan minuman yang dimaksud meliputi: restoran, rumah makan, restoran waralaba, bar, café, pujasera, jasa boga dan usaha jasa makanan dan minuman lainnya yang ditetapkan oleh Walikota. Adanya peraturan ini membantu para pengusaha kuliner Kota Bandung memiliki perlindungan dari pihak pemerintah.

Berkembangnya potensi bisnis kuliner di kota Bandung tidak lepas dari peranan industri kreatif yang mampu meningkatkan perekonomian serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat kota Bandung secara langsung maupun

tidak langsung. Besarnya peranan industri kreatif di dalam perekonomian dapat dilihat dari kucuran dana yang secara langsung masuk ke kota Bandung. Kota Bandung memiliki berbagai macam subsektor industri kreatif yang berbeda-beda, salah satunya adalah subsektor di bidang kuliner yang menjadi salah satu industri kreatif yang memiliki daya tarik positif. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi usaha kuliner yang meningkatkan perekonomian kota Bandung. Berikut adalah data kontribusi subsektor industri kreatif yang ada di kota Bandung pada tahun 2019:

Tabel 1.1
Kontribusi Subsektor Industri Kreatif Pada PDB Kota Bandung Tahun 2017-2019

No	Industri Kreatif	2018	2019	2020	NK%
		Kontribusi PDRB	Kontribusi PDRB	Kontribusi PDRB	
1	Periklanan	108,101,493	120,180,198	124,503,436	6.32%
2	Arsitektur	49,137,042	54,527,363	56,543,466	2.87%
3	Desain	105,644,641	117,448,830	159,598,569	8.11%
4	<i>Fashion</i>	650,709,497	709,523,063	765,803,769	38.90%
5	Film, Animasi dan Video	1,232,404	1,343,794	1,405,319	0.07%
6	Fotografi	12,324,044	13,437,937	13,986,808	0.71%
7	Kerajinan	432,405,973	480,720,793	525,959,856	26.72%
8	Kuliner	197,184,696	215,006,989	218,632,800	11.11%
9	Desain Komunikasi Visual	6,162,022	6,718,968	7,156,486	0.36%
10	Musik	12,324,044	12,324,044	12,537,101	0.64%
11	Pasar dan Barang Seni	9,827,408	10,925,472	11,170,805	0.57%
12	Penerbitan dan Percetakan	40,669,344	44,345,191	45,296,701	2.30%
13	<i>Game Depelover</i>	3,081,011	3,359,484	3,742,610	0.19%
14	Penelitian dan Pengembangan	4,929,617	5,375,175	5,590,910	0.28%
15	Seni Pertunjukan	2,588,049	2,821,967	3,059,309	0.16%
16	Televisi dan Radio	12,324,044	13,437,937	13,596,827	0.69%
	Total	1,648,645,329	1,811,497,205	1,968,584,772	100%

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan data Tabel 1.1 di atas terlihat bahwa terdapat 16 subsektor yang telah ditetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif yang berkontribusi pada perekonomian di Kota Bandung tahun 2017 sampai dengan

Tahun 2019. Dapat dilihat juga kontribusi terbesar terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Kota Bandung Tahun 2017 sampai dengan Tahun 2019 didominasi oleh 3 (tiga) subsektor industri kreatif, yaitu industri *fashion*, industri kerajinan s dan industri kuliner. Dari data tersebut menunjukkan bahwa industri *fashion*, industri kerajinan dan industri kuliner memiliki potensi yang besar untuk berkembang di Kota Bandung.

Di Kota Bandung, industri kuliner berada di posisi urutan tiga besar sub-sektor yang menyumbangkan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Kota Bandung. Tingginya kontribusi yang diberikan sub-sektor industri kuliner tersebut menandakan banyaknya pelaku usaha yang berperan penting dalam memulai, membuka dan mengembangkan usaha di bidang kuliner. Wisata kuliner merupakan perpaduan menikmati suatu makanan sambil menikmati suasana jalan-jalan, bersantai atau sedang berlibur, sehingga memanfaatkan waktu ke tempat-tempat yang menyediakan makanan khas. Para pelaku usaha berupaya membuat konsep yang menarik untuk membuat konsumen mendatangi tempat usahanya sebagai upaya untuk memenuhi perusahaan. Perlunya para pengusaha kuliner di Kota Bandung memiliki ide-ide yang kreatif agar dapat menarik perhatian, mulai dari menu yang ditawarkan hingga konsep yang unik.

Kota Bandung memiliki peluang besar untuk tumbuh dimasa depan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat. Mengingat maraknya usaha kuliner di Kota Bandung tentunya tidak terlepas dari penduduk di Kota Bandung. Meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya maka secara tidak langsung menjngkat pula kebutuhan hidup yang harus dipenuhi khususnya pangan. Hal ini menyatakan bahwa Kota Bandung adalah Kota dengan segudang wisata kuliner. Perkembangannya kuliner di Bandung berkembang sangat pesat membuat

konsumen selalu mencari apa yang diinginkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

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. Pentingnya peluang bisnis usaha kuliner bagi pengusaha ini untuk terus melakukan inovasi dan memperbaiki kekurangannya sehingga usaha kuliner ini akan terus berkembang dan menjadi subsector yang memberikan kontribusi besar kepada Kota Bandung. Hal tersebut ditunjukkan oleh data yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung mengenai perkembangan usaha subsector kuliner di Kota Bandung:

Tabel 1.2
Jenis Industri Kuliner di Kota Bandung tahun 2017 sampai 2019

Jenis Usaha	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Kenaikan
Restoran	145	168	184	8%
Rumah Makan	106	127	158	19%
Restoran Waralaba	77	89	103	14%
Kafe	192	249	274	9%
Pujasera	49	57	68	16%
Jasa boga	94	106	121	12%
Total	663	796	908	

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa industri kuliner di Kota Bandung selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya. Secara keseluruhan pada setiap jenis usaha mengalami peningkatan dari tahun 2017 sampai 2019, hal ini membuktikan bahwa usaha kuliner di Kota Bandung mengalami peningkatan yang baik dari tahun ke tahun namun dari jenis usaha yang ada pada Tabel perolehan yang dihasilkan bahwa jenis usaha kuliner meningkat, jenis usaha restoran merupakan jenis usaha kuliner yang memiliki persentase kenaikan paling

rendah diantara jenis usaha kuliner yang lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jenis kuliner di Kota Bandung yang menyuguhkan berbagai pilihan jenis makanan. Banyaknya jumlah jenis kuliner di Kota Bandung menyebabkan persaingan yang semakin ketat serta menuntut setiap pelaku usaha bisnis kuliner untuk menjadi penyedia produk dan jasa yang baik agar dapat menguasai pangsa pasar dan mengoptimalkan profit perusahaan. Para pelaku usaha kuliner harus memberikan sesuatu yang unik untuk dapat menarik perhatian konsumen dan menjadikan sesuatu yang unik itu sebagai ciri khas dari usaha kuliner itu sendiri. Maka perlu lah setiap jenis kuliner mempunyai hal-hal yang menjadikan ciri khas itu sendiri guna diingat oleh konsumen.

Perbedaan mendasar pada jenis usaha jasa makanan dan minuman tersebut yakni standar kualitas menu, standar pelayanan, penampilan karyawan dan lain sebagainya. Seperti halnya rumah makan, pada rumah makan di dalamnya terdapat dapur khusus untuk memasak karena rumah makan ini dasarnya adanya pengolahan dari bahan baku (mentah) menjadi matang atau jadi. Lain halnya dengan restoran waralaba, untuk jenis ini lebih di dominasi restoran siap saji seperti KFC, McD, Wendy's dan lain sebagainya. Jenis lainnya yaitu kafe, kafe biasanya didominasi oleh penyajian makanan dan minuman yang bersifat ringan dan biasanya apabila dilihat dari segi kafe cenderung lebih murah atau dapat dijangkau oleh semua kalangan. Selanjutnya adalah pusat penjualan makanan dan minuman serba ada atau pujasera, pujasera biasanya bersifat kolektif yang artinya terdapat banyak penjual makanan dan minuman yang berbeda dalam satu tempat. Jenis yang terakhir yaitu jasa boga atau *catering* bentuknya melayani pemesanan makanan atau minuman dalam jumlah banyak untuk suatu acara seperti acara pesta.

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 184 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
Kategori Restoran di Kota Bandung

No	Kategori	Jumlah
1	Restoran Indonesia	62
2	Restoran Sunda	48
3	Restoran Asia	43
4	Restoran Eropa	31

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung 2019

Berdasarkan data tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa restoran Eropa menempati urutan terakhir dengan jumlah 31 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 menjangkau masyarakat Bandung.

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 diukur 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 400 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 1.4
Daftar Restoran Steak di Kota Bandung Beserta Rating Yang di Berikan Pengunjung Tahun 2019

No	Restoran	Lokasi	Jumlah Ulasan	Rating
1	Justus Steak House	Jl. Ir. H.Juanda No.59	1.784	4,6/5
2	Bilbao Brasserie	Jl. R.E Martadinata No.127	575	4,5/5
3	Warung Steak Pasadena	Jl. SUkamaju No. 33	1.802	4,5/5
4	Etcetera	Jl. Trunojoyo No.44	1.129	4,5/5
5	Javan Steak&pasta	Jl. Sulanjana No.9	1.642	4,5/5
6	Suis Butcher	Jl. RE Martadinata No.201	4.003	4,4/5
7	Steak Ranjang	Jl. Dipatiukur No.248	2.990	4,4/5
8	Abuba Steak	Jl. Pelajar Pejuang 45 No.70	1.341	4,4/5
9	Karnivor	Jl. Cimanuk No 12	575	4,4/5
10	Glovis	Jl. Citarum No.12	509	4,3/5
11	Waroeng <i>Steak & shake</i>	Jl. Dipatiukur No.63	860	4,3/5
12	Cikawao Steak	Jl. Cikawo No. 41B	545	4,1/5
13	Double Steak	Jl. Talaga Bodas No 22	556	3,9/5

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

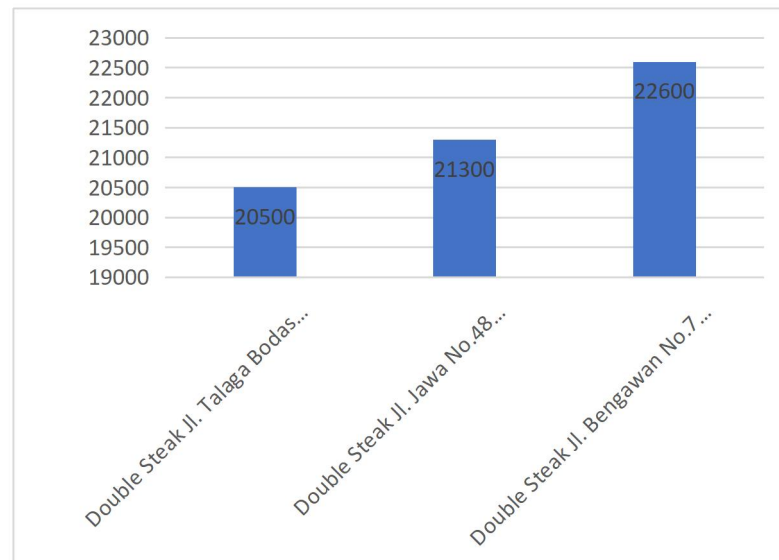
Berdasarkan Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa terdapat 13 restoran yang menyajikan hidangan steak beserta rating yang diberikan oleh para pengeunjung dengan kriteria jumlah ulasan minimal sebanyak 400 ulasan terlihat bahwa Restoran Bilbao Brasserie mendapat rating tertinggi, Sedangkan Restoran Double Steak mendapat rating paling rendah. Dengan rating yang relatif lebih rendah dari pesaing tentu saja hal ini menjadi masalah yang harus diperhatikan pihak Restoran Double Steak, 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). Sehingga dari aspek tersebut dapat dilihat aspek mana yang membuat konsumen kurang puas dengan apa yang diberikan *double steak*.

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. Perusahaan harus bisa mengembangkan strateginya dalam merebut atau menarik perhatian dari konsumen dengan menunjukkan keunggulan produknya tersebut. Mempertahankan pangsa pasar yang sudah dimiliki atau menembus pangsa pasar yang ada adalah hal yang sangat di inginkan

oleh setiap perusahaan bisnis, karena hal tersebut merupakan tujuan dari semua pelaku usaha yang menekuni bisnis terutama dalam industri kuliner ini.

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 pelanggannya. 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 steak, 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. Talaga BodasNo. 46, dan Jl. Bengawan No. 78, Bandung. Dan berikut ini adalah data jumlah masing-masing transaksi selama periode Januari-Desember 2019:



Sumber: Restoran Double Steak

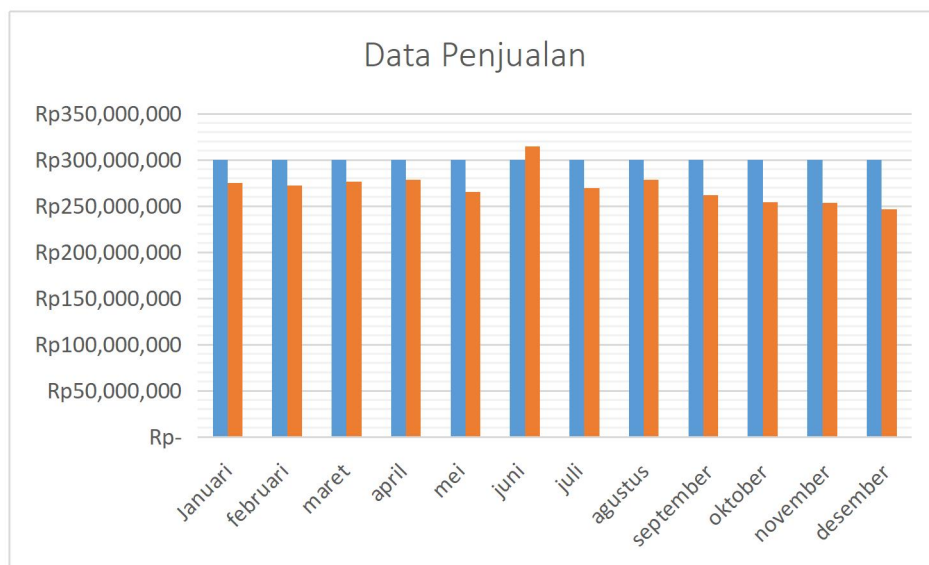
Gambar 1.1

Data Jumlah Transaksi Restoran Double Steak Bulan Januari-Desember 2020

Berdasarkan data pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah transaksi tertinggi terdapat pada restoran cabang Jl. Talaga Bodas yaitu sebanyak 14.700 9 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. Talaga Bodas yang hanya mencatatkan jumlah transaksi sebanyak 10.500 transaksi. Dengan melihat fenomena yang ada peneliti tertarik untuk meneliti Restoran Double Steak yang terletak di Jl. Talaga BodasNo 22 Bandung.

Berdasarkan data transaksi cabang Restoran Double Steak factor-faktor yang mempengaruhinya pun banyak baik dari pelayanan, fasilitas dan lokasi yang

dipertimbangkan oleh konsumen pada saat melakukan pembelian sehingga data transaksi pada Double Steak Jl. Talaga Bodas jauh lebih rendah dibandingkan dengan cabang Double Steak yang lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa Double Steak Jl. Talaga Bodas memiliki masalah yang perlu ditimbangkan oleh pihak Double Steaknya. Berikut merupakan data penjualan Double Steak Jl. Talaga Bodas:



Sumber: Restoran Double Steak Jl. Talaga Bodas

Gambar 1.2
Data Penjualan Double Steak

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa nilai penjualan cenderung mengalami fluktuatif dan mengalami penurunan terus menerus pada bulan Agustus hingga Desember dan tidak mencapai target penjualan. Penjualan yang berfluktuatif dan cenderung terjadi penurunan penjualan menandakan rendahnya pembelian konsumen untuk melakukan pembelian. Double Steak hanya mengalami sekali saja penjualan sesuai dengan targetnya yaitu pada bulan Juni. 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 adalah data keluhan konsumen pada Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung:

Tabel 1.5
Data Keluhan Konsumen Pada Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung

No	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Kurangnya pencahayaan	39
2	Tempat kurang bersih	34
3	Pelayanan kurang maksimal	34
4	Karyawan kurang responsive	30
5	Proses makanan terlalu lama	23
6	Harga kurang terjangkau	18
7	Harga sesuai dengan kualitas	13
8	Rasa produk yang konsisten	4
Jumlah		195

Sumber: Restoran *Double Steak* Jl. Talaga Bodas Bandung

Berdasarkan Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa masalah yang dikeluhkan oleh para konsumen antara lain: kurangnya pencahayaan(pada malam hari yang gelap dan remang-ramang), tempat kurang bersih (meliputi meja,fasilitas,dan lingkungan sekitar), pelayanan kurang maksimal (tidak cepat tanggapnya karyawan), karyawan kurang responsive (karyawan kurang memperhatikan keinginan konsumen), proses makanan terlalu lama (lamanya penyajian makanan pada konsumen memesan), harga kurang terjangkau, harga sesuai dengan kualitas, dan rasa produk yang konsisten. 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 dengan melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner pra-survei kepada 30 responden yang berkunjung ke restoran. Hal ini dilakukan agar mendapatkan data yang akurat dan tepat sehingga dapat menghasilkan penyelesaian masalah yang dapat membantu pihak restoran. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kinerja pemasaran pada Restoran Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung :

Tabel 1.6
Penelitian Pendahuluan Mengenai Kinerja Pemasaran Restores Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung 2020

No	Keterangan	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS		
1.	Kepuasan Konsumen	Pelayanan yang diberikan di <i>Double Steak</i> memuaskan	0	1	12	14	3	2,36	Tidak Baik
		Produk yang ditawarkan di <i>Double Steak</i> memuaskan	0	0	18	7	5	2,43	Tidak Baik
2.	Keputusan Pembelian	<i>Double Steak</i> Jl. Talaga Bodas menjadi pilihan utama dalam membeli makanan dan minuman	0	8	19	3	0	3,16	Kurang Baik
		Pencarian informasi pada beberapa Restoran di Bandung dan memilih <i>Double Steak</i> daerah Jl. Talaga Bodas	0	7	23	0	0	3,23	Kurang Baik
3	Kepercayaan	<i>Double Steak</i> memberikan perlindungan dan keselamatan terhadap	3	15	12	0	0	3,70	Sangat Baik

No	Keterangan	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS		
		konsumen							
		<i>Double Steak</i> terbuka apa adanya terhadap konsumen	8	13	9	0	0	3,96	Sangat Baik
4.	Loyalitas	Melakukan pembelian ulang di <i>Double Steak</i> Jl. Talaga Bodas	-	13	17	0	0	3,43	Baik
		Merekomendasikan <i>Double Steak</i> Jl. Talaga Bodas kepada teman dan keluarga anda	0	19	8	3	0	3,53	Baik

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.6 dapat dilihat dari hasil penelitian pendahuluan pada konsumen *Double Steak* Jl. Talaga Bodas dari pernyataan kepuasan konsumen, keputusan pembelian, kepercayaan dan loyalitas. Keputusan pembelian atas suatu produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Setiap akan melakukan keputusan pembelian, konsumen melakukan evaluasi mengenai sikapnya. Kepercayaan digunakan konsumen untuk mengevaluasi sebuah produk tersebut kemudian akan dapat mengambil sebuah keputusan membeli atau tidak, untuk seterusnya konsumen akan loyal atau tidak. Keputusan pembelian dalam hal ini belum tentu menjadi salah satu masalah dari turunnya tingkat penjualan *Double Steak*, melainkan ada pula beberapa faktor yang memberikan dampak yang tidak baik bagi perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan penilaian konsumen untuk meningkatkan ekspektasi konsumen sehingga menjadi pelanggan yang tetap setia.

Konsumen akan mempertimbangkan restoran yang satu dengan yang lainnya. Hal tersebut dapat digunakan oleh para pelaku usaha untuk bersaing guna menjadikan nilai tambah bagi konsumen. 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 kosnumen 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. Berikut hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran yang di sebarakan kepada 30 responden pada konsumen *Double Steak* Jl. Talaga Bodas:

Tabel 1.7
Hasil Penelitian Pendahuluan Kondisi Bauran Pemasaran Pada Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung

No	Keterangan	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS		
1.	Produk	Kualitas makanan dan minuman yang disajikan di <i>Double Steak</i> sangat baik	7	21	2	0	0	4,16	Baik
		Makanan dan minuman yang ditawarkan di <i>Double Steak</i> sangat beragam	2	25	3	0	0	3,96	Baik
2.	Harga	Harga yang ditetapkan <i>Double Steak</i> terjangkau	0	6	10	14	0	2,73	Kurang baik
		Harga yang ditetapkan <i>Double Steak</i> sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	0	3	14	13	0	2,66	Kurang baik

No	Keterangan	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS		
3.	Lokasi	Lokasi <i>Double Steak</i> berada di jalan utama/dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal	4	24	1	1	0	4,03	Baik
		Lokasi <i>Double Steak</i> sangat strategis dan mudah dijangkau	6	21	3	0	0	4,10	Baik
4.	Promosi	Mengetahui <i>Double Steak</i> dari media sosial	5	23	2	0	0	4,10	Baik
		Mengetahui <i>Double Steak</i> dari teman	9	19	2	0	0	4,23	Sangat baik
		Mengetahui <i>Double Steak</i> dari promosi yang menarik dan mudah dimengerti	5	17	8	0	0	3,90	Baik
5.	Proses	Proses pembayaran di <i>Double Steak</i> sangat mudah	4	25	1	0	0	4,10	Baik
		Proses penyajian makanan dan minuman di <i>Double Steak</i> tertata sesuai dengan gambar yang tersedia dalam menu	6	23	1	0	0	4,16	Baik
		Proses pesanan di <i>Double Steak</i> cepat datang	2	24	3	0	0	3,83	Baik
6.	Orang	Pelayanan yang diberikan karyawan <i>Double Steak</i> sangat ramah	0	4	18	8	0	2,86	Kurang baik
		Karyawan <i>Double Steak</i> selalu berpenampilan menarik	1	3	12	14	0	2,7	Kurang Baik

No	Keterangan	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS		
		Karyawan <i>Double Steak</i> sigap dalam melayani konsumen	0	2	21	7	0	2,83	Kurang Baik
7.	Bukti fisik	Ruangan di <i>Double Steak</i> luas, terang, dan nyaman	1	6	12	11	0	2,93	Kurang baik
		Tempat parkir di <i>Double Steak</i> luas	0	21	6	2	1	3,60	Baik

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel 1.7 merupakan hasil penelitian pendahuluan mengenai factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Double Steak. Hasil penelitian pendahuluan yang diberi tanda kuning diindikasikan yang paling bermasah. Tabel tersebut menyimpulkan bahwa terdapat permasalahan dari variabel harga yang mana harga merupakan nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan tersebut dapat diketahui bahwa yang menjadi tolak ukur kepuasan konsumen yang bermasalah pada Double Steak adalah harga dan pelayanan. Pelayanan merupakan kesesuaian antara harapan dengan kinerja yang diberikan karyawan.

Harga menjadi faktor yang berpengaruh secara nyata dan kuat pada proses keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, harga juga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Keputusan penetapan harga, haruslah berorientasi pada pembeli. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai lain (manfaat karena memiliki atau menggunakan produk). Jika pelanggan menganggap bahwa harga

lebih tinggi dari nilai produk, maka tidak akan membeli produk. Jika konsumen menganggap harga berada di bawah nilai produk, maka akan membeli produk tersebut. Harga merupakan hal yang pertama membuat konsumen berminat membeli pada produk yang akan dibelinya.

Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, ketika konsumen sudah memutuskan untuk membeli sebuah produk, konsumen akan merasakan kepuasan, ada konsumen yang merasa sangat puas, cukup puas mungkin juga tidak puas. Menurut Kotler dan Keller (2015:125) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Hubungan kualitas pelayanan dan harga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Febby Gita Cahyani pada *Economic & Business Solutions Journal*, Vol.1 No.1 yang berjudul pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran ikan bakar menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dewi Nurmasari dkk yang berjudul pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan siidempuan yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu demi kepuasan pelanggan, suatu perusahaan diharuskan memberikan kemudahan dan

kenyamanan bagi semua pelanggannya. Kualitas pelayanan menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh *Double steak*.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang peneliti telah uraikan, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen (Survei Pada Konsumen Double Steak Jl. Talaga Bodas Bandung)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Masalah pada hakekatnya adalah suatu keadaan yang menunjukkan adanya kesenjangan antara rencana dengan pelaksanaan, antara harapan dan kenyataan dan antara teori dengan fakta. Penelitian pada dasarnya dilakukan guna mendapatkan data yang digunakan untuk memecahkan masalah untuk itu setiap penelitian yang dilakukan bermula dari masalah, begitu dengan penelitian. Masalah merupakan salah satu hal yang harus dicari solusinya untuk hal yang lebih baik. Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya maka dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dapat penulis mengidentifikasikan berbagai masalah sebagai berikut:

1. Terdapat persaingan usaha restoran yang selalu meningkat setiap tahunnya.
2. Double steak Jl. Talaga Bodas mendapatkan hasil transaksi terendah.
3. Penjualan Double steak Jl. Talaga Bodas selama tahun 2020 cenderung mengalami penurunan.

4. Harga Double steak Jl. Talaga Bodaskurang terjangkau.
5. Pelayanan Double steak Jl. Talaga Bodastidak cepat tanggap.
6. Perubahan konsumen ingin mencoba hal yang baru.
7. Kepuasan konsumen pada Double steak Jl. Talaga Bodasrendah.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam menyusun penelitian ini terlebih dahulu merumuskan masalah sebagai dasar kajian penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Double steak Jl. Talaga Bodas secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan di atas, maka diperoleh tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen mengenai harga pada Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung.

2. Tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung.
3. Tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung.
4. Besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung, baik secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi penulis tetapi penulisan ini juga dapat bermanfaat bagi pihak lain. penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Manfaat berupa kerangka teoritis tentang kepuasan konsumen sehingga nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran terutama harga dan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui seberapa besar kemungkinan kepuasan konsumen suatu produk *double steak* serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan.

1. Bagi Penulis

- a. Memperdalam pengetahuan peneliti di bidang pemasaran khususnya mengenai harga, kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen
- b. Peneliti diharapkan mengetahui permasalahan yang terjadi seperti harga, kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen di Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung
- c. Peneliti diharapkan mengetahui hasil pengaruh harga, kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen di Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam memberikan informasi dan faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Double steak Jl. Talaga Bodas Bandung.

3. Bagi Peneliti Lain

- a. Membantu pembaca untuk mengetahui dan mengerti pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pikiran yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan mengadakan peneliti sejenis.

