

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Kota Bandung khususnya di daerah Lembang dalam bidang kuliner berkembang dengan sangat pesat. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang sangat ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku usaha untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha pun dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan menenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Pelaku usaha harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya. Hal ini menjadikan perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan konsumen menjadi sebuah faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen yaitu memberikan kepuasan kepada konsumen dengan harga yang sangat terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013, hlm. 35) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan

konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Maka kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui harga dan lokasi yang dirasakan.

Bandung merupakan tempat yang memiliki daya tarik kuliner yang beraneka ragam dan juga memiliki banyak resto dan cafe yang menarik dan unik. Bandung tentunya adalah salah satu kota yang memiliki daya tarik cukup tinggi terutama dari bidang makanan dan minuman atau kuliner. Kota Bandung memiliki peluang besar untuk tumbuh di masa depan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat menjelajah negeri sendiri dan makin menariknya Kota Bandung bagi orang-orang yang ada di Indonesia khususnya yang ada di Kota Bandung itu sendiri, mulai dari tempat wisata sampai wisata kuliner. Sama halnya dengan Kota Bandung kini Lembang yang merupakan wilayah kawasan Bandung Utara sama menariknya karena merupakan salah satu lokasi yang memiliki banyak tempat wisata. Tidak hanya tempat wisata saja namun wisata kuliner pun banyak dijumpai di wilayah Lembang ini. Dengan memiliki pemandangan yang bagus dengan suasana sejuk karena berada di dataran tinggi tidak sedikit para wisatawan yang ingin mengunjungi Lembang sebagai tempat untuk berekreasi, bermain dan lainnya. Lembang juga merupakan segudang wisata kuliner, julukan tersebut dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha bisnis restoran dan cafe untuk mengembangkan usaha mereka agar usaha mereka dapat lebih berkembang tentunya dengan menarik konsumen penduduk lokal yaitu penduduk Lembang ataupun dari daerah sekitar Jawa Barat. Perusahaan yang berbentuk usaha kuliner restoran dan cafe tentunya memiliki peluang besar untuk mengembangkan perusahaannya di Lembang karena Lembang memiliki penduduk yang banyak sehingga bisnis kuliner di Lembang akan dapat terus berkembang.

Dalam mengembangkan bisnis kuliner ini para pengusaha harus menyiapkan strategi pemasaran yang baik guna menjaga kestabilan perusahaan. Para pelaku bisnis harus mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat

bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan serta permintaan konsumen, agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama dengan menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Agar dapat bersaing dalam bisnis, maka perusahaan seharusnya memiliki rancangan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan mempertahankan pelanggan. Mendatangkan konsumen sebanyak-banyaknya adalah bagian dari upaya guna meningkatkan pangsa pasar. Kenyamanan serta keamanan juga menjadi aspek yang penting dalam menjangkau para konsumen. Jika perusahaan tersebut dianggap mampu memberikan kepuasan konsumen, maka akan berhasil menarik konsumen dalam jumlah yang besar. Pelanggan yang puas dan setia merekomendasikan dari *word of mouth*. Dengan persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan harus dapat meletakkan usahanya di lokasi yang tepat serta menempatkan orientasi kepada harga sebagai tujuan mendapatkan kepuasan pelanggan.

Selain untuk mencari keuntungan, bisnis juga harus mampu memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumennya dan mencoba memuaskan konsumen dengan memenuhi apa saja yang konsumen butuhkan dan inginkan. Persaingan di restoran dan cafe sangat ketat, hal ini dikarenakan oleh semakin banyaknya konsumen cafe yang dapat dilihat dari jumlah penduduk Lembang - Bandung yang terus meningkat dan semakin kuatnya pandangan bahwa Bandung adalah pusat kuliner. Pada saat ini banyak konsumen yang suka menghabiskan waktu di cafe, sehingga menjadi peluang bisnis yang baik untuk memperoleh keuntungan, hal ini ditunjukkan dengan jumlah cafe dan restoran yang semakin meningkat tiap tahunnya.

Salah satu cafe yang memiliki suasana nyaman bernuansa *outdoor* dan *indoor* juga memiliki pemandangan alam yang cukup menyegarkan serta memiliki banyak lukisan ilustrasi yang menggambarkan sebuah tokoh film era 90-an dimana film tersebut sangat populer dikalangan masyarakat luas terutama bagi kalangan

remaja. Cafe Taman Dilan merupakan cafe yang terletak di Jalan Raya Lembang No.09, Gudangkahuripan, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 140391. Cafe ini menjual berbagai jenis minuman, makanan western dan indonesia. Harga yang ditawarkan oleh cafe Taman Dilan terjangkau oleh konsumen dan variatif. Menu makanan dan minuman juga beragam, khususnya minuman coffee yang menjadi andalan mereka. Selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik cafe ini.

Selain Cafe Taman Dilan terdapat beberapa pilihan cafe yang berada di sekitar lokasi tersebut, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih cafe tertentu. Pihak manajemen cafe berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu harga maupun lokasi sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Oleh karena itu berhasil tidaknya cafe dalam berkomunikasi dengan para konsumen tergantung pada harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau.

Tabel 1.1 Daftar Pesaing Cafe Taman Dilan yang berada disekitar Lembang

No.	Nama Pesaing	Alamat
1.	Genesis Coffee	Jl. Raya Lembang No.70, Gudangkahuripan, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat 40391
2.	Tujutemu Coffee	Jl. Raya Lembang No.97, Gudangkahuripan, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat 40391
3.	Moria Coffee	Jl. Raya Lembang No.378, Gudangkahuripan, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat 40391
4.	Kaki Bukit Coffee	Jl. Maribaya No. 16, Kayuambon, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat 40391

No.	Nama Pesaing	Alamat
5.	Kopi Mandja	Jl. Grand Hotel No. 35, Lembang, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat 40391

Jika dilihat dari Tabel 1.1 terdapat beberapa pesaing di sekitaran Cafe tersebut. Para pelaku usaha dituntut untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dari banyaknya pelaku usaha yang ada sudah melakukan usaha yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Selain dari kinerja perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya kualitas pelayanan pun lebih di pertahankan juga dari menu atau produk yang ditawarkan mulai dari rasa maupun penyajian pun bersih, rapi dan sangat menarik. Lokasi yang strategis pun menjadi patokan untuk menarik para konsumen agar dapat berkunjung. Begitu pun dengan harga yang di tawarkan dari masing-masing pelaku usaha sangat bervariasi. Maka dengan demikian dari hal-hal tersebut dapat menjadikan sebuah pertimbangan bagi para konsumen dalam keputusan pembelian. Yang nantinya akan memberikan umpan balik berupa kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan kesetiaan konsumen berlanjut. Semakin terpenuhinya harapan konsumen tersebut maka konsumen akan semakin puas. Dengan demikian pengusaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjual produknya, agar keberadaan konsumen dapat dipertahankan dan atau ditingkatkan.

Tabel 1.2 Perhitungan Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen di Cafe Taman Dilan

No.	Indikator	Frekuensi (F)					Jumlah Skor	Rata-rata	Persentase
		SS	S	C	TS	STS			
		5	4	3	2	1			

1	Saya merasa produk yang diberikan sesuai dengan harapan.	2	5	3			39	3,9	39%
2	Saya berminat mengunjungi kembali cafe ini.	2	4	3	1		37	3,7	37%
3	Saya bersedia memberikan rekomendasi kepada keluarga, teman dan orang sekitar,	3	4	3			40	4,0	40%
Rata-rata kepuasan konsumen								3,87	3,87%
F = Frekuensi									
Jumlah Skor = Nilai x Skor Frekuensi									
Responden = 10 orang									
Rata-rata = Jumlah Skor : Responden									
Persentase = Rata-rata : Responden x 100%									

Berdasarkan data pada tabel 1.2 perhitungan hasil pra survei kepuasan konsumen diketahui rata-rata kepuasan konsumen 3,87% dalam tiga indikator pernyataan terdapat satu pernyataan yang berada dibawah dari rata-rata dengan nilai 3,7% yang mencakup indikator saya berminat mengunjungi kembali cafe ini. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Cafe Taman Dilan belum optimal.

Untuk menarik hati para konsumen agar kepuasan konsumen pun meningkat dan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen harga merupakan sebuah faktor untuk hal tersebut dan juga faktor penting dalam penjualan. Menurut Lupiyoadi (2013, hlm. 136) mengatakan bahwa harga memainkan peranan penting

dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Selain harga yang menjadi faktor dalam kepuasan konsumen lokasi pun menjadi faktor lain dalam hal kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2015, hlm. 345) mengatakan bahwa lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Perusahaan harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak di keramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih rumah makan yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.

Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. *Mood* dan respon konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Maka *mood* dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan pelanggan

adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan dengan harapan sebelumnya. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan - harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang - ulang.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE TAMAN DILAN”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Persaingan yang semakin ketat di bidang kuliner.
2. Harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan dengan cafe lain
3. Lokasi yang belum optimal
4. Tidak adanya *repeat order*

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe Taman Dilan?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Cafe Taman Dilan?
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Cafe Taman Dilan?
4. Bagaimana pembelajaran materi harga dan lokasi usaha pada pembelajaran di mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga pada kepuasan konsumen di Cafe Taman Dilan
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi pada kepuasan konsumen di Cafe Taman Dilan
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi pada kepuasan konsumen di Cafe Taman Dilan
4. Untuk mengetahui pembelajaran materi harga dan lokasi usaha pada pembelajaran di mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk dibangku perkuliahan dan mampu diterapkan didunia kerja.

a. Pengembangan Ilmu Manajemen

Diharapkan dapat memberi pengetahuan tentang ilmu pengetahuan manajemen spesialisasi pemasaran tentang ketertarikan antara harga dan lokasi yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen

b. Penulis

- 1) Memberi pengetahuan mengenai harga dan lokasi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, dan untuk memenuhi salah satu syarat penyusunan skripsi guna memperoleh gelar sarjana pada fakultas keguruan dan ilmu pendidikan
- 2) Membandingkan antara ilmu pengetahuan dan teori-teori mengenai sistem informasi manajemen dan pemasaran yang telah dipelajari dengan yang terjadi di dunia nyata.

c. Penulis lainnya

- 1) Memberi informasi kepada peneliti lain yang ingin mengkaji bidang yang sama mengenai harga dan lokasi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

2) Memberi informasi kepada penelitian lain yang ingin mengkaji terhadap kepuasan konsumen sesuai kebutuhan perusahaan.

2. Manfaat Dari Segi Kebijakan

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi kepada konsumen dan perusahaan (pemilik cafe) untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

3. Manfaat Praktis

a. Perusahaan/instansi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu informasi kepada Cafe Taman Dilan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen melalui harga dan lokasi yang baik.

b. Karyawan/pegawai

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu informasi tentang pentingnya harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

F. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahan dalam menafsirkan serta memberikan gambaran yang kongkrit mengenai arti yang terkandung dalam judul, maka dengan ini di paparkan definisi operasional yang akan dijadikan landasan pokok dalam penelitian sebagai berikut :

1. Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2016) menyebutkan bahwa harga merupakan satusatunya unsur pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

2. Lokasi

Menurut Ratih Hurriyati (2015, hlm. 56) dikatakan bahwa tempat (*place*) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa,berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

3. Kepuasan Konsumen

Menurut Park dalam Irawan (2021, hlm. 54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

G. Sistematika Skripsi

Sistematika Skripsi adalah bagian yang memuat sistematika penulisan skripsi, yang menggambarkan kandungan setiap bab, urutan penulisan, serta hubungan antara satu bab dengan bab lainnya dalam membentuk sebuah kerangka utuh skripsi.

Dengan demikian untuk memahami lebih jelas sistematika dari skripsi sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Bagian ini bermaksud untuk mengantarkan pembaca ke dalam pembahasan suatu masalah. Dengan membaca bagian pendahuluan, pembaca mendapat gambaran arah permasalahan dan pembahasan. (TIM, 2022, hlm. 37).

2. Bab II Kajian Teori dan Kerangka Pemikiran

Kajian teori berisi deskripsi teoretis yang memfokuskan kepada hasil kajian atas teori, konsep, kebijakan, dan peraturan yang ditunjang oleh hasil penelitian terdahulu yang sesuai dengan masalah penelitian. Melalui kajian teori peneliti merumuskan definisi konsep. (TIM, 2022, hlm. 39).

3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan secara sistematis dan terperinci langkah-langkah dan cara yang digunakan dalam menjawab permasalahan dan memperoleh simpulan. (TIM, 2022, hlm. 41).

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyampaikan dua hal utama, yakni (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan (2) pembahasan penemuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. (TIM, 2022, hlm. 45).

5. Bab V Simpulan dan Saran

Simpulan merupakan uraian yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap analisis temuan hasil penelitian sedangkan saran merupakan rekomendasi yang ditunjukkan kepada para pembuat kebijakan, pengguna, atau kepada peneliti berikutnya yang berminat untuk melakukan penelitian selanjutnya, dan kepada pemecah masalah di lapangan atau follow up dari hasil penelitian. (TIM, 2022, hlm. 47).