

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kuliner atau makanan dan minuman (*Food and Beverage/F&B*) merupakan salah satu sektor jasa yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, bahkan terbukti mampu bertahan di tengah kondisi krisis ekonomi. Sektor ini memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, membuka peluang usaha baru, serta meningkatkan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Secara regulatif, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa usaha jasa makanan dan minuman mencakup seluruh kegiatan penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana untuk proses pembuatan, penyimpanan, serta penyajian. Bentuk usaha tersebut meliputi restoran, café, jasa boga, dan bar. Ketentuan ini diperkuat melalui Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP/2010 yang menegaskan bahwa restoran dan café merupakan usaha penyedia makanan dan minuman yang memiliki tempat tetap serta dilengkapi dengan peralatan yang memenuhi standar pelayanan.

Pesatnya pertumbuhan industri F&B juga menghadirkan tantangan baru. Konsumen kini semakin selektif dalam memilih café dan resto. Mereka menuntut pengalaman yang tidak hanya berkaitan dengan rasa makanan, tetapi juga pelayanan yang cepat, ramah, profesional, serta harga yang sesuai dengan nilai yang mereka terima. Akibatnya, kualitas layanan dan harga menjadi dua aspek utama yang menentukan apakah konsumen merasa puas atau tidak. Jika kedua aspek ini

tidak terpenuhi, konsumen dapat dengan mudah beralih ke tempat lain, terlebih dengan banyaknya pilihan café yang tersedia saat ini.

Kualitas layanan menjadi aspek yang sangat penting dalam industri jasa. Pelayanan yang baik bukan hanya meningkatkan pengalaman konsumen, tetapi juga membentuk persepsi terhadap nilai yang mereka terima. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Yustiana, 2024) menyatakan bahwa kecepatan pelayanan, keramahan staf, dan keandalan layanan sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen. Lalu penelitian yang dilakukan oleh (Handayani, 2021) juga menyatakan bahwa kualitas layanan berperan besar dalam membentuk penilaian konsumen terhadap sebuah rumah makan. Selaras dengan itu (Saputro & Hastono, 2024) menemukan bahwa kualitas layanan memberikan dampak nyata terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner. Studi-studi tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Selain kualitas layanan, harga juga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam menilai kepuasan. Penelitian oleh (Rezki Pelani, 2023) menyebutkan bahwa harga bersama kualitas layanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Thania Imelia, 2024) menyatakan bahwa harga yang sesuai dan kompetitif mampu meningkatkan kepuasan konsumen, terlebih jika konsumen merasa bahwa harga tersebut sebanding dengan kualitas makanan dan layanan yang diterima.

Kepuasan konsumen adalah hasil dari interaksi antara harga yang dibayar dan kualitas layanan serta produk yang diterima. Penelitian yang dilakukan oleh (Rezki Pelani, 2023) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen secara signifikan

dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga yang diterima. Konsep ini sangat penting dalam dunia F&B, di mana pengalaman konsumen dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap nilai yang diterima dibandingkan dengan uang yang mereka keluarkan. Konsumen yang puas tidak hanya akan kembali, tetapi juga cenderung akan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, yang akan meningkatkan jumlah pelanggan dan omzet café.

Berdasarkan fenomena tersebut, kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu kualitas layanan yang diberikan dan kesesuaian harga. Konsumen akan cenderung memberikan *feedback* negatif jika terdapat ketidaksesuaian harga dengan kualitas yang mereka terima. Dan konsumen yang merasa puas akan lebih cenderung untuk membeli kembali dan memberikan rekomendasi positif kepada teman-teman mereka.

Secara ideal, bisnis kuliner seperti restoran dan café diharapkan mampu berkembang dengan mengutamakan kualitas layanan yang maksimal, harga yang kompetitif, serta tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Melalui pengelolaan yang profesional, manajemen yang efektif, dan pelayanan yang konsisten, sebuah café dapat membangun loyalitas pelanggan serta mempertahankan stabilitas penjualan.

Namun demikian, kondisi tersebut tidak selalu tercapai dalam praktik. Tidak sedikit pelaku usaha kuliner yang menghadapi kesulitan dalam mempertahankan kinerja sesuai standar ideal tersebut. Persaingan usaha café dan restoran di Kabupaten Bandung, khususnya di wilayah Soreang dan sekitarnya, semakin ketat seiring bertambahnya jumlah pelaku usaha baru dengan konsep, menu, dan strategi pemasaran yang beragam. Berdasarkan data dari (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, 2024), jumlah usaha kuliner seperti café, restoran, dan rumah makan

mengalami peningkatan signifikan dari 232 unit pada tahun 2021 menjadi 279 unit pada tahun 2023, meskipun kemudian menurun kembali menjadi 232 unit pada tahun 2024. Perkembangan ini mendorong setiap pelaku usaha untuk terus mempertahankan keunggulan kompetitif melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan penetapan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen.

Berbagai permasalahan mulai muncul ketika sebagian café mengalami penurunan jumlah pengunjung dan omzet. Kondisi tersebut umumnya dipicu oleh penurunan kualitas layanan, ketidakseimbangan antara harga dan kualitas produk yang diterima konsumen, serta lemahnya strategi dalam pengelolaan sumber daya manusia.

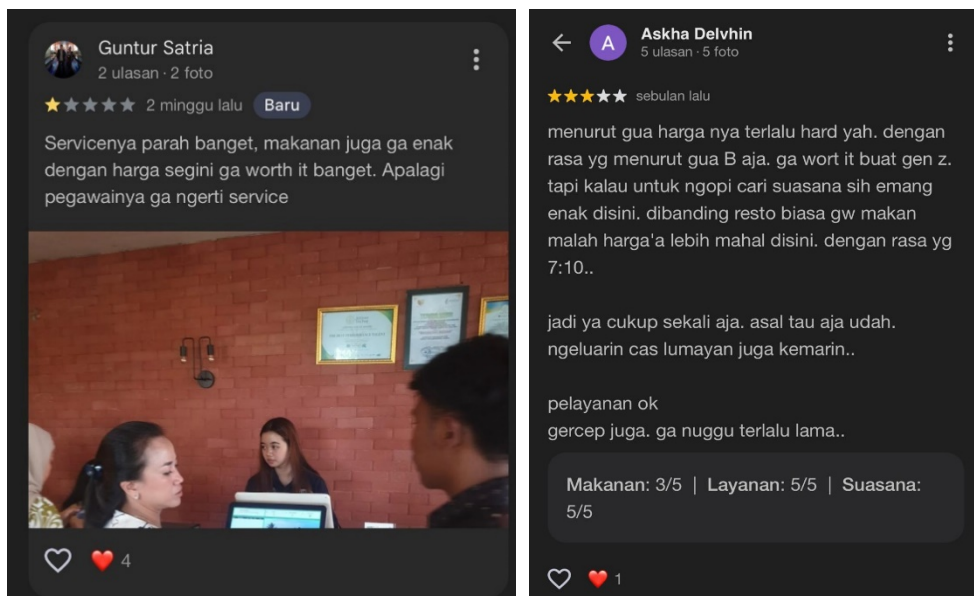
Salah satu contoh yang merefleksikan situasi tersebut adalah Café Teras Sentani. Teras Sentani adalah sebuah café dan restoran yang terletak di Kecamatan Canguang, Kabupaten Bandung. Usaha ini mulai beroperasi pada tahun 2021 dengan mengusung konsep *family friendly* yang menawarkan suasana yang nyaman. Dalam mendukung konsep tersebut, Café Teras Sentani menyediakan berbagai fasilitas, antara lain area yang luas, *mini zoo*, serta pertunjukan *live music* yang diselenggarakan secara rutin setiap akhir pekan. Selain itu, café ini juga menawarkan variasi menu makanan dan minuman yang beragam guna memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Keunikan lain yang membedakan Café Teras Sentani dari café-café lain di Kabupaten Bandung ialah pemandangannya yang langsung mengarah ke area pegunungan dan hamparan pesawahan. Pada fase awal operasionalnya, Café Teras Sentani mampu mencatat omzet sekitar Rp30 juta per bulan dengan jumlah kunjungan mencapai kurang lebih 10.000 pengunjung setiap bulannya.

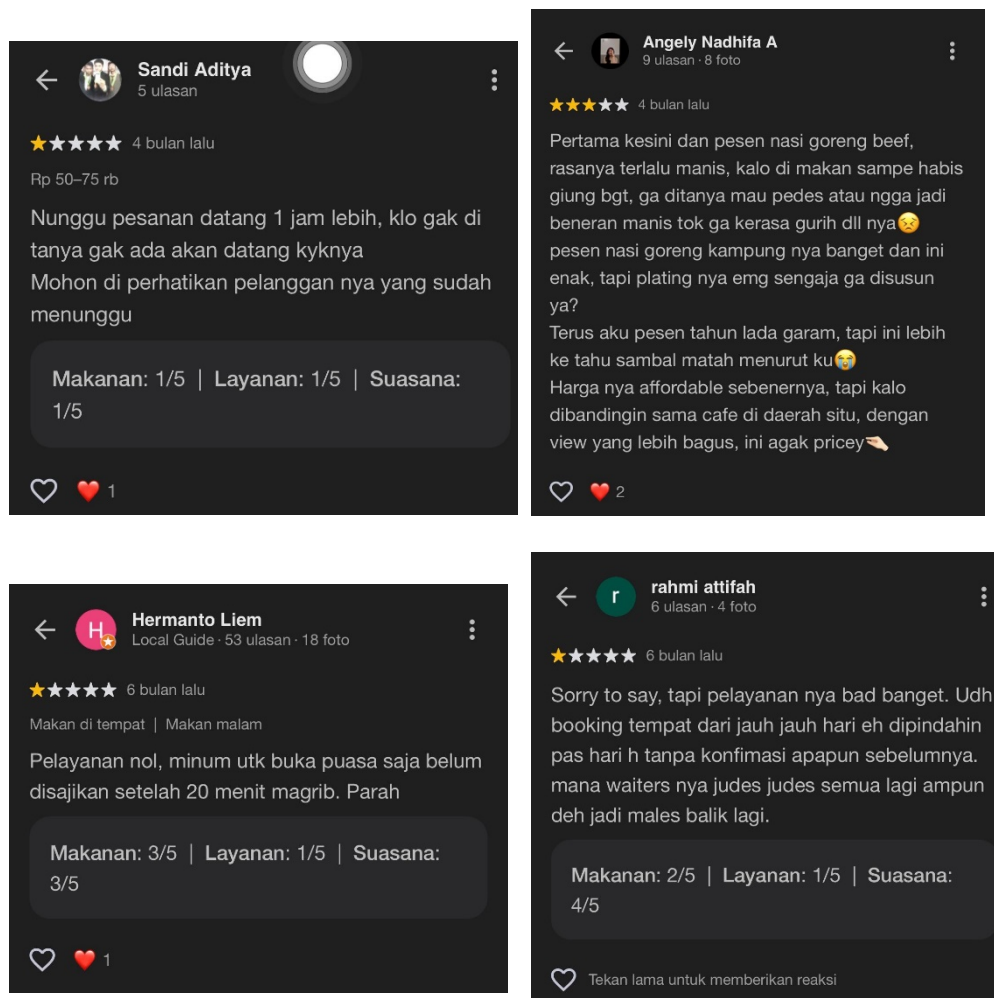
Tabel 1. 1 Daftar Menu Teras Sentani

Kategori Menu	Kisaran Harga
Light Meal & Snack	Rp 15.000 - Rp 38.000
Main Course	Rp 27.000 - Rp 85.000
Dessert & Toast	Rp 20.000 - Rp 30.000
Coffe & Mocktail	Rp 22.000 - Rp 31.000
Non-Coffee & Tea Series	Rp 15.000 - Rp 31.000
Specialty Drinks (Coconut & Mojito Series)	Rp 26.000 - Rp 30.000

Sumber: Daftar menu Teras Sentani, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1, Teras Sentani menawarkan variasi menu yang cukup beragam, mencakup berbagai kategori mulai dari makanan ringan hingga makanan berat, serta pilihan minuman kopi maupun non-kopi. Secara umum, kisaran harga menu di Teras Sentani berada pada rentang antara Rp15.000 untuk menu termurah hingga Rp85.000 untuk menu termahal. Namun, harga yang tercantum pada tabel tersebut belum termasuk tambahan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10%.





Gambar 1. 1 Review Negatif Terhadap Teras Sentani

Sumber: Google dengan Keyword Teras Sentani, 2025

Berdasarkan Gambar 1.1, ulasan konsumen pada platform *Google Reviews* menunjukkan bahwa banyak pelanggan memberikan *feedback* negatif terkait ketidaksesuaian harga dengan kualitas yang mereka terima. Meskipun Café Teras Sentani menawarkan konsep yang menarik dengan suasana yang nyaman, sebagian konsumen merasa bahwa harga yang dibayarkan terlalu tinggi jika dibandingkan dengan kualitas makanan dan pelayanan yang diberikan. Kondisi ini mengindikasikan adanya ketidakseimbangan antara harapan dan pengalaman yang dirasakan konsumen, sehingga berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, evaluasi terhadap kesesuaian harga serta peningkatan

kualitas layanan menjadi langkah penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Upaya perbaikan tersebut diharapkan mampu memperbaiki persepsi konsumen mengenai nilai yang mereka peroleh, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya mendorong peningkatan jumlah pengunjung serta omzet café.

Tabel 1. 2 Hasil Pra Survey

No	Topik	Pertanyaan	Jawaban Responden	
			Ya	Tidak
1.	Kesesuaian Harapan	Apakah Anda merasa bahwa pelayanan yang terima di Teras Sentani kurang sesuai dengan ekspektasi?	12 orang (60%)	8 orang (40%)
2.		Apakah Anda merasa bahwa makanan/minuman dan layanan yang diberikan Teras Sentani memberikan nilai yang kurang sebanding dengan harga yang Anda bayar?	12 orang (60%)	8 orang (40%)
		Apakah secara keseluruhan, Anda merasa puas dengan keputusan untuk berkunjung ke Teras Sentani?	13 orang (65%)	7 orang (35%)
3.	Minat Berkunjung Kembali	Apakah Anda berniat membeli kembali atau datang ke Teras Sentani di lain waktu?	18 orang (90%)	2 orang (10%)
4.		Apakah Anda merasa tidak mudah beralih ke café/resto lain selain Teras Sentani?	14 orang (70%)	6 orang (30%)
5.	Ketersediaan Merekomendasikan	Apakah Anda bersedia merekomendasikan Teras Sentani kepada keluarga, teman, atau orang lain?	15 orang (75%)	5 orang (25%)
6.		Apakah Anda bersedia memberikan ulasan atau testimoni positif mengenai Teras Sentani?	19 orang (95%)	1 orang (5%)

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pra-survey pada tabel 1.3 terhadap 20 responden, maka permasalahan yang dihadapi oleh Teras Sentani diantaranya sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan: Pelayanan sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Permasalahan yang ditemukan adalah kurangnya kecepatan dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Hal ini dibuktikan berdasarkan Tabel 1.3, di mana dari 20 responden terdapat 12 orang atau sebanyak 60% yang menyatakan bahwa kecepatan pelayanan yang diterima belum sesuai dengan harapan mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen merasa bahwa pelayanan yang diberikan belum maksimal dari segi kecepatan.

2. Kesesuaian Harapan: Produk atau layanan memberikan nilai sesuai harga

Permasalahan yang ditemukan adalah ketidaksesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas makanan dan kualitas layanan yang diterima oleh konsumen. Hal ini dibuktikan berdasarkan Tabel 1.3, di mana dari 20 responden terdapat 12 orang atau sebanyak 60% yang menyatakan bahwa harga yang diterapkan belum sebanding dengan kualitas produk maupun layanan yang mereka terima. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen merasa bahwa nilai yang diperoleh belum sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, hal ini disebabkan oleh:

1. Kualitas Layanan: Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan café untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat, konsisten, dan dapat diandalkan. Waktu tunggu yang lama, kurangnya koordinasi staf, serta tidak konsistennya alur pelayanan berpotensi menurunkan kenyamanan konsumen. Apabila hal ini tidak diperbaiki, maka tingkat kepuasan

konsumen dapat menurun dan mengurangi peluang konsumen untuk melakukan kunjungan ulang.

2. Harga: Kesesuaian Harga dengan Manfaat, yaitu sejauh mana harga yang dibayarkan konsumen dianggap layak dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk dan menerima pelayanan. Ketidaksesuaian dapat muncul apabila manfaat yang dirasakan konsumen belum sesuai dengan harapannya, seperti rasa makanan yang kurang memuaskan, porsi yang tidak sesuai harapan, kenyamanan tempat yang kurang mendukung, atau pelayanan yang belum memberikan nilai tambah sesuai dengan harga yang ditetapkan. Apabila kondisi ini tidak diperbaiki, maka tingkat kepuasan konsumen dapat menurun dan berdampak pada berkurangnya minat konsumen untuk melakukan kunjungan ulang maupun memberikan rekomendasi positif.

Merujuk pada fenomena tersebut, bahwa kualitas layanan dan harga merupakan aspek yang perlu mendapatkan perhatian serius dari pihak Teras Sentani. Ketidaksesuaian antara kecepatan pelayanan dengan harapan konsumen serta ketidakseimbangan antara harga dengan kualitas produk dan layanan menunjukkan bahwa nilai (*value*) yang dirasakan konsumen belum mencapai tingkat keselarasan yang diharapkan antara anfaat yang diterima dan pengorbanan yang dikeluarkan konsumen. Kondisi ini berpotensi berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan konsumen serta memengaruhi sikap dan perilaku konsumen, seperti berkurangnya minat untuk berkunjung kembali serta meningkatnya kemungkinan memberikan ulasan negatif terhadap Teras Sentani.

Namun demikian, temuan tersebut masih bersifat indikatif karena diperoleh dari hasil pra-survey dengan jumlah responden yang relatif terbatas, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi populasi secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih luas dengan pendekatan yang lebih sistematis guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara kualitas layanan, harga, dan kepuasan konsumen pada Café Teras Sentani.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian guna mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan mengangkat judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFÉ TERAS SENTANI CANGKUANG KABUPATEN BANDUNG”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum Café Teras Sentani?
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas layanan dan harga pada Café Teras Sentani?
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Café Teras Sentani?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Café Teras Sentani?
5. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui gambaran umum Café Teras Sentani.
2. Mengetahui tanggapan konsumen mengenai kualitas layanan dan harga pada Café Teras Sentani.
3. Mengetahui tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada Café Teras Sentani.
4. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Café Teras Sentani baik secara simultan maupun parsial.
5. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang ingin dicapai peneliti melalui penelitian ini mencakup kegunaan teoritis dan praktis, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Temuan penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang hendak melakukan penelitian serupa di masa mendatang.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

a. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat menjadi sumber bacaan tambahan yang memperkaya literatur dalam bidang pemasaran, terutama yang membahas hubungan antara kualitas layanan, harga, dan kepuasan konsumen.

b. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan konstruktif terkait upaya peningkatan kualitas layanan dan strategi penetapan harga agar lebih sesuai dengan harapan konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan dan perbandingan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji topik serupa, serta sebagai masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian terkait.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bandung, objek yang dipilih peneliti dalam pengumpulan data yang dilakukan yaitu yang beralamat di Kampung Babakan Peuteuy RT 01/RW 07, Kecamatan Cangkuang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40238.

1.5.2 Lamanya Penelitian

Dalam melakukan penelitian dari mulai mengumpulkan data-data pengolahan dan hingga pelaporan adalah selama 6 bulan terhitung dari bulan Oktober 2025 sampai Maret 2026.

Tabel 1. 3 Lamanya Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2025-2026																							
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tahap Persiapan																									
1	Penjajakan	■	■																						
2	Studi Keputustakaan	■	■	■	■																				
3	Pengajuan Judul		■																						
4	Penyusunan Usulan Penelitian				■	■	■	■	■	■	■	■													
5	Seminar Usulan Penelitian											■	■												
Tahap Penelitian																									
1	Pengumpulan Data																								
	a. Observasi	■	■	■	■																				
	b. Angket												■	■	■	■									
	c. Dokumentasi												■	■	■	■	■	■							
2	Pengolahan Data																■	■	■	■	■	■			
3	Analisis Data																								
Tahap Penyusunan																									
1	Pembuatan Laporan																■	■	■	■	■	■			
2	Perbaikan Laporan																	■	■	■	■	■	■	■	
3	Sidang Skripsi																								■

Sumber: Data diolah peneliti, 2025