

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang adadi Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan di Indonesia, dan di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang semakin ketat baik antara perusahaan domestik maupun dengan perusahaan asing. Persaingan dalam dunia usaha akan mendorong perusahaan-perusahaan akan berlomba agar bisa menjadi pemimpin pasar. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan strategi-strategi bisnis yang baru agar bisa mempengaruhi pasar dan merebut pangsa pasar yang luas.

Makanan dan minuman tercatat sebagai salah satu potensi bisnis dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi. Hal ini disebabkan makanan merupakan salah satu kebutuhan utama semua orang dari berbagai kalangan. Salah satu sektor yang sedang berkembang pesat saat ini adalah usaha makanan cepat saji. Makanan cepat saji merupakan makanan dan minuman yang dapat di konsumsi secara langsung, seperti pizza, sandwich dan makanan berbasis ayam. Makanan cepat saji adalah alternatif makanan yang cepat dengan harga terjangkau dan tersedia untuk dimasak dirumah.

Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitukalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bias melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau

gembira (**Loindong & Moha, 2016**). (**Setyo, 2017**), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut.

Sedangkan (**Bahrudin & Zuhro, 2016**), menyatakan kepuasan konsumen adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah konsumen memperoleh atau menggunakannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa (**Diza et al., 2016**).

Kota Padang sebagai ibu kota Sumatera Barat terus mengalami perkembangan seperti bertambahnya pusat perdagangan, perkantoran, industri dan lembaga pendidikan. Perkembangan aktivitas dan jumlah penduduk, terlebih dalam tingkat remaja dan mahasiswa menjadikan bisnis makanan cepat saji menjadi bisnis yang cukup menjanjikan. Sektor industri rumah makan merupakan salah satu sektor penggerak utama perekonomian Kota Padang. Hal ini diakibatkan karena Kota Padang terkenal dengan segala macam kulinernya, seperti hal nya rendang.

Cafe Suko Kitchen Padang yang berlokasi di Jl. Flamboyan No.8, Flamboyan Baru, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat 25114 adalah suatu cafe yang memiliki desain yang menarik. Suko Kitchen berada di pusat Kota Padang, tetapi lokasinya tidak ditepi jalan raya. Selain harga yang sesuai rasa, cafe ini

didukung oleh konsep interior dan suasana yang menarik, dengan banyaknya spot untuk berfoto bagi pengunjung yang datang ke Cafe Suko Kitchen. Berikut tabel data penjualan Cafe Suko Kitchen Padang pada bulan Januari-Juni 2019.

Tabel 1.1
Data Penjualan Cafe Suko Kitchen
(Bulan Januari-Juni 2019)

No	Bulan	Penjualan
1	Januari	17.000.000
2	Februari	16.350.000
3	Maret	16.125.000
4	April	14.200.000
5	Mei	12.000.000
6	Juni	11.250.000
TOTAL		86.925.000

(Sumber: Wawancara pada Cafe Suko Kitchen)

Tabel 1.1 diatas menginformasikan bahwa Cafe Suko Kitchen mengalami penurunan penjualan pada setiap bulannya. Penurunan penjualan tersebut terjadi karena letak cafe yang kurang strategis, sehingga masyarakat atau konsumen kurang mengetahui keberadaan cafe tersebut. Serta belum diketahui banyak orang dikarenakan Cafe Suko Kitchen ialah salah satu restoran pendatang baru di Kota Padang. Hal tersebut membuat penjualan pada Cafe Suko Kitchen menurun.

Seiring dengan berdirinya Cafe Suko Kitchen di Kota Padang, membuat persaingan antar cafe atau restaurant di Kota Padang meningkat. Pemilik usaha

dituntut untuk memiliki fasilitas dan pelayanan yang lebih unggul. Pemilik usaha makanan cepat saji perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya atmosfer rumah makan, kualitas pelayanan, kualitas produk maupun harga produk (**Santoso, 2016**).

Atmosfer restoran adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk memengaruhi pelanggan dalam membeli barang. Suasana restoran merupakan suatu karakteristik fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis ritel hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada didalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian (**Agustin et al., 2019**).

Sedangkan menurut (**Alfarizi et al., n.d.**), Store Atmosphere yaitu langkah untuk memanipulasi desain bangunan, ruangan interior, tata ruang lorong-lorong, tekstur karpet dan dinding, bau, warna, bentuk dan suara yang dialami para pelanggan untuk mencapai pengaruh tertentu. *Store and Atmosphere* menyatakan lingkungan toko merupakan suasana yang bienstimulasi 5 indra konsumen dan mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen terhadap toko (**Kertiana & Artini, 2019**).

(**Panjaitan & Yuliati, 2016**), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut (**Pramana & Rastini, 2016**), kualitas pelayanan

merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan **(Panjaitan & Yuliati, 2016)** .

Mutu pelayanan yang baik tidak hanya diukur dari kemewahan fasilitas, kelengkapan teknologi dan penampilan fisik akan tetapi dari sikap dan perilaku karyawan harus mencerminkan profesionalisme dan mempunyai komitmen tinggi **(Supartiningsih, 2017)**. Menurut **(Santoso, 2016)**, kualitas layanan rumah makan cepat saji merupakan evaluasi konsumen rumah makan cepat saji terhadap keunggulan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan cepat saji.

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut **(Satria, 2017)**, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan andurabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan konsumen **(Denniswara, 2018)**.

Menurut **(Setyo, 2017)**, kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Sedangkan menurut **(Satria, 2017)**, kualitas produk adalah kemampuan sebuah

produk dalam memperagakan fungsinya, halite termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (**Hidayat & Sujud, 2019**), melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Atmosfir Toko, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, atmosfir restoran memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin baik atmosfer yang tercipta di suatu toko, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan terhadap produk yang ditawarkan di toko tersebut. Penelitian (**Agustin et al., 2019**), yang berjudul “*Product Diversity, Atmosfer Kafe dan harga Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Kopi Cak Wang Bayuwangi*”. Menyatakan bahwa, atmosfir restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian (**Montung et al., 2015**), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru”. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang peneliti lakukan mempunyai perbedaan dengan peneliti acuan yang dilakukan oleh (**Santoso, 2016**), dengan judul “Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen”. Perbedaannya terletak pada objek

penelitian, dimana pada penelitian acuan objeknya pada mahasiswa perguruan tinggi di Kota Malang, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada konsumen Cafe Suko Kitchen di Kota Padang. Perbedaan lainnya terletak pada jumlah sampel, dimana pada penelitian tersebut jumlah sampelnya 220 responden, sedangkan penelitian lakukan jumlah sampelnya 100 responden.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menyimpulkan adanya perbedaan hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya. Dengan adanya ketidak konsistensi hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Atmosfir Restoran, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Harga Produk Sebagai Variabel Intervening”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dalam kajian-kajian manajemen pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan penjualan di setiap bulannya pada Cafe Suko Kitchen.
2. Penurunan penjualan tersebut disinyalir terjadi karena atmosfer Cafe Suko Kitchen yang kurang menarik.
3. Volume penjualan pada Cafe Suko Kitchen belum mencapai target yang di inginkan.
4. Kepuasan konsumen belum terpenuhi pada Cafe Suko Kitchen.

5. Kurangnya kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada Cafe Suko Kitchen.
6. Salahnya persepsi konsumen terhadap harga pada Cafe Suko Kitchen.
7. Kurangnya pelaksanaan atmosfir restoran pada Cafe Suko Kitchen.
8. Kualitas pelayanan yang belum optimal pada Cafe Suko Kitchen.
9. Letak Cafe Suko Kitchen yang kurang strategis
10. Cafe Suko Kitchen kurang memperhatikan tempat, guna meningkatkan penjualan..
11. Pihak Cafe Suko Kitchen kurang teliti dalam memilih lokasi cafe.
12. Konsumen sulit menemukan lokasi pada Cafe Suko Kitchen.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti membatasi penelitian ini agar dapat memberikan pemahaman dan masalah yang ada dapat terpecahkan. Peneliti berfokus pada pentingnya atmosfir restoran, kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel independent dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependent pada Cafe Suko Kitchen di Kota Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Untuk mempermudah dalam penganalisaan dalam penelitian ini, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh atmosfir restoran terhadap harga produk pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?

2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap harga produk pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap harga produk pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?
4. Bagaimana pengaruh atmosfir restoran, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap harga produk pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?
5. Bagaimana pengaruh atmosfir restoran terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?
7. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?
8. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?
9. Bagaimana pengaruh atmosfir restoran, kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?
10. Bagaimana pengaruh atmosfir restoran terhadap kepuasan konsumen dengan harga produk sebagai variabel intervening pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?

11. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan harga produk sebagai variabel intervening pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?
12. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan harga produk sebagai variabel intervening pada pelanggan Cafe Suko Kitchen?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

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

1. Pengaruh atmosfir restoran terhadap harga produk pada pelanggan Cafe Suko Kitchen
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap harga produk pada pelanggan Cafe Suko Kitchen
3. Pengaruh kualitas produk terhadap harga produk pada pelanggan Cafe Suko Kitchen
4. Pengaruh atmosfir restoran, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap harga produk pada pelanggan Cafe Suko Kitchen
5. Pengaruh atmosfir restoran terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen
6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen

7. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen
8. Pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen
9. Pengaruh atmosfir restoran, kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Cafe Suko Kitchen
10. Pengaruh atmosfir restoran terhadap kepuasan konsumen dengan harga produk sebagai variabel intervening pada pelanggan Cafe Suko Kitchen
11. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan harga produk sebagai variabel intervening pada pelanggan Cafe Suko Kitchen.
12. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan harga produk sebagai variabel intervening pada pelanggan Cafe Suko

1.5.2 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya mengenai ilmu manajemen pemasaran. Hasil ini dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan dan pemahaman serta bahan pustaka tentang pengaruh atmosfir restoran, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, serta untuk memenuhi skripsi bagi peneliti dan untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh peneliti selama dibangku kuliah.

b. Penulis mampu untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama kuliah kedunia kerja.

2. Bagi Perusahaan

a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variable-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang.

c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan evaluasi dan bahan sebagai referensi dalam menetapkan kebijakan yang baik dalam perusahaan serta dapat digunakan untuk pertimbangan dalam memenuhi keputusan.

3. Bagi Penulis yang akan datang

a. Penelitian ini dapat diharapkan membantu penulis yang akan datang sebagai referensi atau bahan bacaan, terutama pada penelitian yang berkaitan dengan atmosfer restoran, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

b. Serat dapat dijadikan sebagai pembandingan tara penelitian ini dengan penelitian lainnya.