

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi persaingan bisnis merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diteliti, terutama pada bidang ekonomi. Hal ini turut membuka peluang bagi pelaku usaha untuk berkompetisi menjangkau pelanggan. Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia begitu pesat mengakibatkan persaingan yang ketat diantara perusahaan lain. Persaingan yang ketat membuat setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus-menerus. Pada tahun 2019 kementerian perindustrian (Kemenperin) menyebut sektor makanan dan minuman berhasil menyumbang produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 6,35%. Oleh sebab itu, perusahaan harus merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pangsa pasar.

Pada bisnis kuliner saat ini makanan unik, *trend* kuliner salah satu bagian dari gaya hidup masyarakat. Maka dari itu, perusahaan harus menciptakan beberapa inovasi yang unik dan berbeda dari yang lain agar konsumen tertarik datang dan merasakan kepuasan setelah membeli dan berkunjung ke restoran tersebut, sehingga usaha bisnis berjalan dengan baik dan sukses. Dalam perusahaan strategi berperan penting untuk dapat terus bersaing dalam industri ini meski dalam lingkup usaha kecil. Untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen dengan mampu cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikan bisa dapat berkembang dengan baik, guna menciptakan keunggulan bersaing dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner ini. Apabila tuntutan ini tidak terpenuhi maka bisnis ini tidak akan dapat bertahan hidup.

Seperti salah satu di kota Tangerang ini, suatu daerah atau kota menjadi faktor penting dalam perekonomian daerah atau kota itu sendiri, sehingga persaingan bagi setiap perusahaan penyedia barang atau jasa dan masyarakat berusaha untuk mendapatkan ekonomi yang lebih baik melalui perkembangan pecinta kuliner. Saat ini makanan yang praktis dan murah sangat diminati dari berbagai kalangan, salah satu bisnis kuliner yang berkembang di Tangerang yaitu Roti bakar 88. Roti bakar 88 merupakan salah satu usaha bisnis yang pertama kali dikembangkan oleh Irwan Tanusolihin pada tahun 2002, pemilik memang telah merencanakan untuk membangun bisnis mandiri dengan target yakni bisnis kuliner. Setelah memantau potensi bisnis kuliner di wilayah tempat tinggalnya yakni di Tangerang, Banten. Dalam hal persaingan bisnis, pemilik roti bakar 88 tahu betul bahwa hal tersebut adalah kepastian yang selalu ada dan tidak bisa

dihindari saat menjalankan sebuah bisnis. Maka dari itu pemilik menciptakan strategi dan inovasi untuk produk yang ingin dipasarkan dan dapat membuat konsumen merasakan akan kepuasan yang diberikan. Irwan Tanusolihin membuka gerai di beberapa wilayah seperti Bogor, Karawaci, Gading Serpong, Pamulang dan lain- lain. Rotibakar 88 merupakan tempat untuk bersantai melepas lelah, tempat bersosialisasi, melakukan tugas tugas bagi mahasiswa atau pelajar. Hal ini semakin menarik minat para pelaku bisnis untuk menambah bisnis roti bakar. Roti bakar 88 menyediakan menu rotibakar homemade yang dibuat dari resep keluarga. Roti yang digunakan adalah roti buatan sendiri yang memiliki rasa yang lezat dan juga tekstur yang lembut. Selain itu, roti bakar 88 juga mempunyai menu makanan yang ditawarkan seperti menu rotibakar, pisang bakar, *pancake*, kentang goreng, indomie dan lainnya. Sedangkan untuk pelepas dahaga, pilihan yang bisa dinikmati pelanggan roti bakar 88 antara lain aneka jus, capucino, lemon squash, serta minuman coklat yang nikmat. Roti bakar 88 yang berada di Tangerang mempunyai 15 cabang yaitu , Ayodhya, Gor, Sepatan, Kota Bumi, Harkit, Poris, Grand Tomang, Pasar bengkok, Ciledug, Jatake, Balaraja, Gading serpong, Lumina city, Aeropolis, Taman sari.

Melalui pergikuliner Tangerang diketahui beberapa informasi mengenai rekomendasi 10 tempat makanan Roti bakar terbaik di Tangerang. Berikut peringkat tempat makan Roti Bakar enak di Tangerang bulan September 2019.

Tabel 1.1

Peringkat tempat makan Roti bakar terenak di Tangerang.

No	Warung Makan	Kisaran Harga	Rating
1.	Waroenk Nyender	Dibawah Rp. 50.000/ org	4.20/5
2	Common Strangers	Dibawah Rp. 50.000/ org	4.00/5
3	Es Teler 77	Rp. 50.000 -Rp. 100.000/org	4.00/5
4	Mixmi Cafe & Resto	Dibawah Rp. 50.000/ org	4.00/5
5	Keibar- Kedai Roti Bakar	Dibawah Rp. 50.000/ org	3.93/5

No	Warung Makan	Kisaran Harga	Rating
6	Eat Boss	Dibawah Rp. 50.000/ org	3.74/5
7	Roti Bakar 88 (Gading serpong)	Dibawah Rp. 50.000/ org	3.72/5
8	Baracik Coffe	Dibawah Rp. 50.000/ org	3.71/5
9	Roti Bakar 88 (Perumahan Anggrek BSD)	Dibawah Rp. 50.000/ org	3.54/5
10	Roti Bakar 88 (Taman Sari)	Dibawah Rp. 50.000/ org	3.50/5

Sumber : Pergikuliner, 2019 Bulan bulan September 2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 posisi Roti bakar 88 Taman Sari, Tangerang berada di urutan ke 10. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada roti bakar 88 Taman sari, Tangerang.

Kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan di benak konsumen sebelum melakukan pembelian dan persepsi atau perasaan dalam benak konsumen terhadap kinerja yang telah diterima konsumen setelah melakukan pembelian. Oleh karena itu, kepuasan konsumen harus menjadi prioritas sebuah usaha terutama di bidang kuliner. Karena dengan menciptakan kepuasan dalam benak konsumen akan menciptakan loyalitas, jika konsumen merasa puas dapat dipastikan konsumen akan membeli kembali untuk melakukan pembelian ulang. Namun puas atau tidaknya konsumen tergantung pada bagaimana pelaku usaha mengelola usahanya dengan strategi-strategi yang dijalankan. Beberapa strategi untuk menciptakan kepuasan konsumen yaitu dengan cara memperhatikan *Store Atmosphere* (suasana toko atau cafe), kualitas pelayanan dan harga.

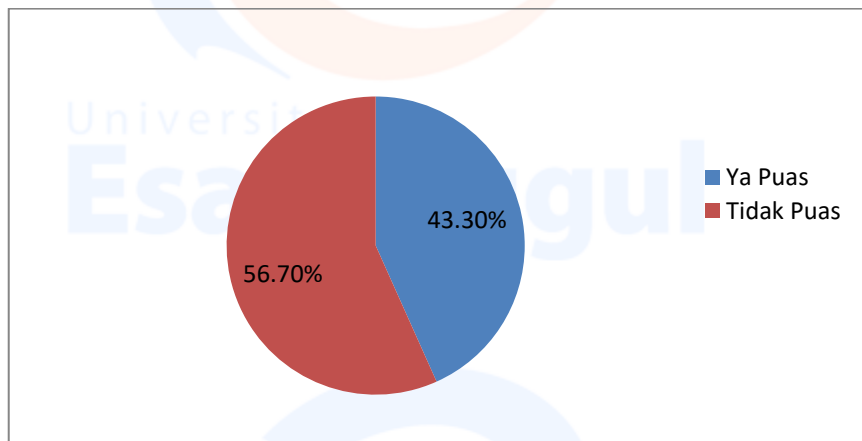
Store atmosphere merupakan salah satu faktor penting untuk membangun sebuah usaha, hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Kristiana (2017) bahwa suasana dalam cafe yang sejuk dan nyaman Karena dengan adanya suasana yang menyenangkan dapat menciptakan kepuasan dalam benak konsumen sehingga konsumen akan tertarik dengan produk pada cafe tersebut. Dengan demikian pemilik usaha harus memberikan kesan suasana yang nyaman seperti pencahayaan yang terang, dekorasi ruangan yang unik, ruangan yang bersih dan

harum akan lebih banyak konsumen yang datang dibandingkan pelaku usaha yang tidak mengedepankan suasana dalam tempat usahanya.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Kristiana (2017) bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan sangat penting mulai dari berkomunikasi yang baik kepada konsumen, perilaku yang sopan, berpakaian rapi sehingga konsumen merasa puas berkunjung ke cafe tersebut. Dengan demikian pelayanan yang baik merupakan hal penting dalam membuka usaha. Pelayanan yang baik akan memunculkan perasaan puas dalam benak konsumen. Oleh karena itu akan lebih baik apabila suatu usaha memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Selain kualitas pelayanan faktor ketiga yang dapat menciptakan kepuasan konsumen adalah harga. Harga tentunya sebagai tinjauan bagi pelanggan, disamping pelayanan yang baik harga merupakan faktor tertentu dalam pembelian. Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.(Basu Swastha & Irawan, 2005 :241)

Berdasarkan hasil pra survey yang telah dilakukan terhadap 30 responden, mengenai *Store atmosphere* pada roti bakar 88 Taman sari Tangerang, maka diperoleh hasil pra survey sebagai berikut :



Sumber : (Data diolah Peneliti 2019)

Gambar Diagram 1.1

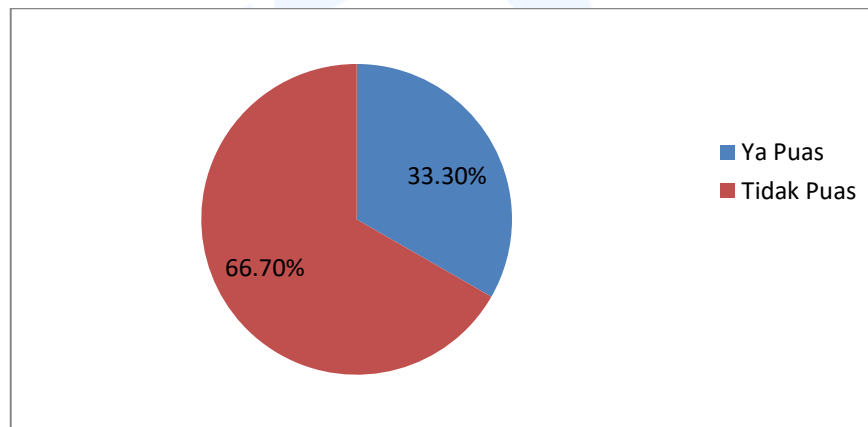
Hasil pra survey mengenai variabel *store atmosphere* (X1)

Berdasarkan hasil pra survey yang terdapat pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa hasil pra- survei kepada 30 responden mengenai variabel *Store Atmosphere*

atau suasana toko, menunjukkan bahwa sebanyak 17 responden atau (56,7%) menyatakan Tidak dengan desain dan suasana Roti Bakar 88 Taman sari, Tangerang. Kemudian dengan 13 responden atau (43,3%) menjawab Ya akan suasana dan desain Roti Bakar 88 Taman sari, Tangerang.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa mayoritas responden yang menjawab tidak beranggapan bahwa mereka merasa belum puas karena desain yang kurang menarik untuk anak muda milenial sekarang yang suka mengabadikan suasana disekitarnya dan masih belum meratanya pendingin udara mengakibatkan konsumen merasa kurang nyaman dalam suasana pengunjung ramai. Dengan hal ini perusahaan harus melakukan strategi pada suasana toko atau *cafe* agar konsumen merasa puas.

Hasil pra survey berikut akan menjawab mengenai masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan pada roti bakar 88 Taman Sari, Tangerang :



Sumber : (Data diolah peneliti 2019)

Gambar Diagram 1.2

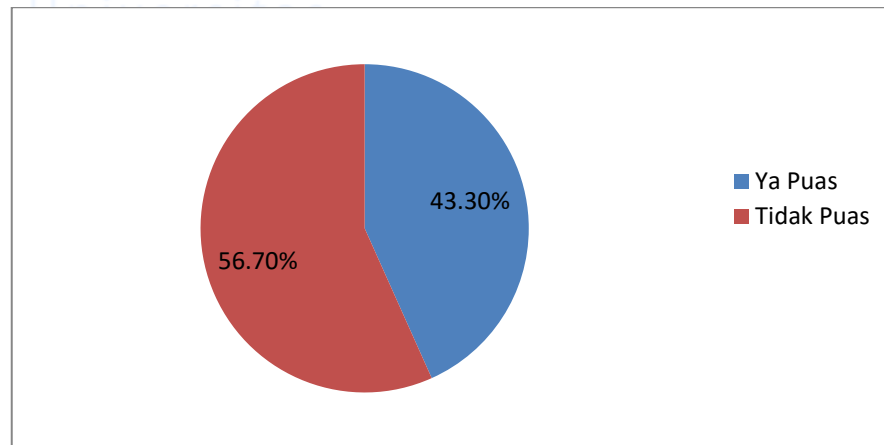
Hasil pra- survei pada variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan hasil pra suvey yang terdapat pada gambar 1.2 dapat dilihat bahwa hasil pra- survey yang dilakukan pada 30 responden mengenai variabel Kualitas pelayanan menunjukkan bahwa sebanyak 20 responden atau (66.7%) menyatakan tidakpuasan dengan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan roti bakar 88 Taman sari, Tangerang kepada konsumen, kemudian dengan 10 responden atau (33.3%) merasakan kepuasan akan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Roti bakar 88 Taman sari, Tangerang.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas responden yang menjawab tidak beranggapan bahwa mereka merasa belum puas

karena pelayanan yang diberikan karyawan seperti kurang cepat dalam melayani dan membuat konsumen menunggu lama saat pengunjung ramai. Dengan hal ini pemilik usaha harus melakukan masukan atas kinerja karyawan roti bakar 88 Taman sari, Tangerang.

Hasil pra survey berikut akan menjawab masalah mengenai harga pada roti bakar 88 Taman sari, Tangerang :



Sumber : (Data diolah oleh peneliti 2019)

Gambar Diagram 1.3

Hasil pra- survei pada variabel Harga (X3)

Berdasarkan hasil pra survey yang terdapat pada gambar 1.3 dapat dilihat bahwa hasil dari pra- survey kepada 30 responden mengenai variabel harga menunjukkan bahwa sebanyak 17 responden atau (56,7%) menyatakan tidakpuasan dengan harga roti bakar 88 yang berada di Tangerang, kemudian dengan 13 responden atau (43,3%) yang merasakan puas akan harga yang ditawarkan Roti bakar 88 Taman sari, Tangerang.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas responden yang menjawab tidak, beranggapan bahwa ada beberapa harga pada roti bakar 88 tidak sesuai dengan kuantitas atau porsi pada menu yang ditawarkan dan ada beberapa harga tidak sesuai dengan kantong pelajar dan mahasiswa. Dengan demikian, Rotibakar 88 Taman sari, Tangerang perlu dievaluasi kembali sebagai dasar untuk mecapai kemajuan usahanya.

Berdasarkan kondisi yang terjadi diatas, untuk itu peneliti tertarik untuk membahas masalah kepuasan konsumen pada bidang jasa makanan. Roti bakar 88 yang dipilih oleh peneliti sebagai objek penelitian , dikarenakan dalam hal ini Roti bakar 88 Tangerang memiliki permasalahan pada segi *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Harga. Untuk itu judul penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah

“Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Roti Bakar 88 Taman sari, Tangerang ”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dalam penelitian ini diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kuatnya persaingan usaha bisnis yang bergerak dibidang makanan dan minuman seperti restoran, *cafe*, kedai dan lainnya di kota Tangerang sehingga Roti bakar 88 harus terus menciptakan makanan dan minuman yang dapat bersaing dengan restaurant atau kedai lainnya
2. Kurang menariknya desain dan suasana pada ruangan roti bakar 88 Taman Sari Tangerang sehingga banyak konsumen yang kurang puas dengan desain dan suasana di Roti Bakar 88 Taman sari, Tangerang.
3. Kurang cepatnya pelayanan yang diberikan oleh karyawan Roti Bakar 88 Taman sari, Tangerang sehingga banyak konsumen yang komplain kepada karyawan Roti Bakar 88 Taman sari Tangerang.
4. Mahalnya harga yang ditawarkan Roti Bakar 88 Tangerang sehingga masih banyak konsumen yang kurang berminat berkunjung ke Roti Bakar 88 Taman sari, Tangerang.

1.2.2 Batasan Masalah

1. Objek Penelitian adalah Roti bakar 88 Taman sari, Tangerang.
2. Subjek penelitian adalah konsumen yang sudah pernah membeli dan makan Roti bakar 88 Taman sari, Tangerang.
3. Wilayah penelitian di Tangerang.
4. Penelitian ini dibatasi pada variabel *Store atmosphere*, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pada konsumen Roti bakar 88 Taman sari, Tangerang.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *Store atmosphere*, Kualitas Layanan dan Harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pada konsumen Roti bakar 88 Taman Sari, Tangerang ?
2. Apakah terdapat pengaruh *Store atmosphere* terhadap kepuasan pada konsumen Roti Bakar 88 Taman Sari, Tangerang ?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pada konsumen Roti Bakar 88 Taman Sari, Tangerang ?
4. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan pada konsumen Roti bakar 88 Taman Sari, Tangerang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah diatas, maka penulis menerapkan tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Store atmosphere* terhadap kepuasan pada konsumen Roti bakar 88 Taman Sari, Tangerang.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pada konsumen Roti bakar 88 Taman Sari, Tangerang.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan pada konsumen Roti bakar 88 Taman Sari, Tangerang.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *store atmosphere*, kualitas Pelayanan dan harga terhadap kepuasan pada konsumen Roti bakar 88 Taman Sari, Tangerang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pengembangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penelitian strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.
2. Bagi Akademik
Dapat memberikan tambahan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan pemasaran, selain itu dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari kepuasan konsumen didalam bisnis untuk diterapkan kedepan.