

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya bisnis dibidang kuliner yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. 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 dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Di kota Padang sendiri semakin marak dengan banyaknya restoran dan *cafe* baru yang berdiri dan tersebar di wilayah Padang, namun tidak semua restoran dan *cafe* di Padang banyak dikunjungi oleh konsumen, karena hanya restoran dan *cafe* tertentu yang terlihat ramai pengunjung. Sikap konsumen di sebuah restoran dan *cafe* dipengaruhi beberapa hal, seperti kualitas produk yang terjamin, kualitas pelayanan, dan lokasi, serta *store atmosphere* dimana dengan dimulainya keputusan pembelian oleh konsumen maka dimulai juga usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas produk, kualitas pelayanan yang baik, penetapan lokasi yang strategis serta *store atmosphere* yang aman pada akhirnya akan membuat konsumen menjadi puas.

Perubahan gaya hidup konsumen inilah yang mendorong pemilik Restaurant & Cafe Uje BP Padang membuka restoran dan *cafe* yang menawarkan kesan santai, tenang dan nyaman untuk berkumpulnya konsumen dengan teman ataupun relasinya atau hanya sekedar ingin bersantai menikmati makanan dan minuman yang disajikan.

Restaurant & cafe bagindo UJE BP menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman yang enak dan harga yang terjangkau. Restaurant & cafe bagindo UJE BP juga menyediakan fasilitas ruang rapat dan live musik. Namun beberapa bulan terakhir periode Januari – Juni 2018 restoran dan *cafe* ini mengalami penurunan penjualan, seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Beberapa Restaurant & cafe bagindo UJE BP
Periode Januari – Juni 2018

Periode	Jumlah Pengunjung (Orang)	Persentase (%) Perkembangan
Januari	2.450	
Februari	2.200	- 10,2
Maret	2.145	- 2,5
April	2.000	- 6,8
Mei	3.000	50,0
Juni	2.112	- 29,6

Sumber: Restaurant & cafe bagindo UJE BP

Dari tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa penjualan Restaurant & cafe bagindo UJE BP cenderung mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen cenderung mengalami penurunan terhadap Restaurant & cafe bagindo UJE BP. Hal ini dikarenakan menurut pengunjung merasa bahwa lokasi yang ditawarkan kurang strategis, kemudian untuk Kualitas Produk pengunjung merasa ada beberapa makanan yang disajikan tidak sesuai selera ini bergantung pada

selera pengunjung, serta kurangnya perhatian yang diberikan pelayan mengenai sudah lengkap atau tidak menu yang dipesan sehingga berdampak pada kepuasan pengunjung itu sendiri yang lebih memilih untuk mencari tempat yang memberikan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan.

Kotler dan Keller (2009:49) mengatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.”

Sedangkan Tse dan Wilton dalam (Tjiptono dan Chandra, 2011:295) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Irawan (2004:37) mengatakan faktor-faktor yang pendorong kepuasan pelanggan salah satunya adalah kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik. Selain itu Zeithmal dan Bitner (2003) mengemukakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan salah satunya adalah kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepeham dengan pendapat *American Society For Quality Control* dalam Kotler dan Keller (2009:143) mengatakan kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Selanjutnya faktor lokasi atau tempat juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Davidson seperti yang dikutip oleh Raharjani (2005:5) mengatakan strategi lokasi para pengecer adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, pengecer harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya. Suatu lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran arus lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen, kelancaran arus pejalan kaki dan sebagainya.

Selain itu yang mempengaruhi adalah store atmosphere. Suasana toko merupakan salah satu faktor yang dimiliki toko untuk menarik konsumen. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar di dalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan toko yang harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Penampilan toko memosisikan toko dalam benak konsumen. Agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian suasana toko.

Levy dan Weitz (2011:434) mengatakan suasana toko adalah rancangan dan suatu desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dan konsumen dan akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Sedangkan Lamb, Hair dan McDaniel (2001:105) mengatakan suasana toko yaitu suatu keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak fisik, dekorasi dan lingkungan sekitarnya. Churchill (2003:61) menjelaskan bahwa suasana toko merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. Suasana toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang :“**Analisis Dampak Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang?
2. Bagaimana dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang?

3. Bagaimana dampak lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang?
4. Bagaimana dampak *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dampak kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang.
2. Untuk menganalisis dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang.
3. Untuk menganalisis dampak lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang.
4. Untuk menganalisis dampak *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat di jadikan bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis mengenai dampak kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan penjualan dan sebagai masukan untuk menganalisa dampak kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant & Cafe Uje BP Padang.