

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Bali merupakan salah satu provinsi yang terkenal di Indonesia bahkan di dunia. Bali mempunyai berbagai macam jenis kuliner makanan dan minuman, hal itu bisa ditunjukkan dengan banyaknya rumah makan yang ada di Bali, Badan Pusat Statistik Provinsi Bali pada tahun 2019 menyatakan ada 2.864 rumah makan yang tercatat dan 823 rumah makan berada di kabupaten Badung. Setiap tahunnya usaha rumah makan mengalami peningkatan, hal ini dikarenakan banyak bergantung pada keterampilan-keterampilan yang mendasar dan adanya gagasan-gagasan untuk menciptakan makanan dan minuman yang baru.

Banyaknya jenis rumah makan yang ada, membuat pihak rumah makan harus memunculkan suatu hal yang unik untuk konsumen. Selain dari masakan yang ada, dekorasi dan penataan juga menjadi hal penting dalam melakukan usaha ini salah satunya adalah dengan memperhatikan *store atmosphere*. Hal ini sejalan dengan dikatakan oleh Mowen and Minor (2002:139) dimana para manajer toko memodifikasi desain bangunan, ruang *interior*, tata ruang lorong-lorong, tekstur karpet dan dinding, bau, warna, bentuk, dan suara yang dialami para pelanggan untuk mencapai pengaruh tertentu. Tidak hanya memperhatikan *store atmosphere*, untuk menarik konsumen dapat dilakukan dalam berbagai aspek dimana bukan hanya memperhatikan luar dari desain visual suatu rumah makan, namun yang

paling penting adalah inti produk yang di jual dari rumah makan tersebut. Dimana rumah makan wajib memperhatikan kualitas produk dari makan yg dijual sehingga mampu memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap produk tersebut. Hal ini sejalan dengan yang dinyatakan oleh Kotler dan Amstrong (2008:272) dimana kualitas produk (*product quality*) merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Jika kualitas makanan tersebut tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan kecewa atau tidak puas dengan pembelian tersebut, Menurut Tjiptono (2002 :22) produk dapat pula diartikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Oleh karena itu tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk akan sangat bergantung kepada kualitas produk itu sendiri. Sependapat dengan yang dikemukakan Suprpto (1997:2) menambahkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada mutu suatu produk.

Rumah makan Wok Tek merupakan salah satu penjual nasi goreng yang beralamat di Jl. Kartika Plaza, Lingkungan Segara, Kuta, Kabupaten Badung. Bali. Yang khusus menjual nasi goreng dengan berbagai jenis bumbu dan sambal yang menjadi ciri khasnya. Rumah makan ini berbeda seperti kebanyakan rumah makan pada umumnya, dimana hanya menjual nasi goreng sebagai menu utama atau *best seller*. Nasi goreng adalah makanan yang banyak diminati dan disukai kebanyakan masyarakat, Nasi goreng merupakan sebuah makanan berupa nasi yang digoreng dan diaduk dalam minyak goreng atau margarin, biasanya ditambah kecap manis, bawang merah, bawang putih, asam jawa, lada dan bumbu-bumbu lainnya, seperti telur, ayam, dan kerupuk.

Pada awalnya sebagian besar konsumen datang ke rumah makan Wok Tek adalah konsumen baru, dimana mereka menghirup aroma masakan nasi goreng yang unik dan tertarik akan tampilan seperti penataan meja, penggunaan lampu yang sesuai. Dalam wawancara dengan pemilik rumah makan Wok Tek, menyatakan banyaknya konsumen lama yang mengunjungi kembali rumah makan tersebut. Setiap harinya rata-rata konsumen yang mengunjungi rumah makan tersebut sebanyak 52 orang perhari. Banyaknya perkembangan usaha dibidang kuliner di Kuta, pihak rumah makan Wok Tek harus berjuang keras menjaga kualitas makanan seperti menggunakan bahan baku yang masih segar agar kualitas produk yang dihasilkan berkualitas guna mampu memenuhi kepuasan konsumen.

Kepuasan tidak jauh dari perasaan bahagia dan kecewa yang dirasakan oleh konsumen dalam penggunaan suatu produk. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan (Sangadji dan Sopiha 2013:182). Kepuasan tercipta dari kualitas produk dan *store atmosphere* yang dirasakan oleh konsumen yang dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Dalam penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh beberapa peneliti yaitu, oleh Devi (2017) yang menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara kualitas produk dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian Effendy (2019) yang menyatakan suasana toko berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan namun hanya sekitar 58,8% melalui hasil dari koefisien determinasi berganda. Akan tetapi berbeda dengan

penelitian yang dilakukan oleh Pojoh (2019) yang menyatakan *store atmosphere* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualias produk adalah hal yang paling utama dilakukan oleh pegusaha guna memenuhi keinginan dari konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Gary (2016) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pihak rumah makan Wok Tek wajib melakukan *quality control* seperti memperhatikan bahan baku dari *suplier* guna menjaga kualitas bahan agar tetap dalam kondisi *fresh*, memperhatikan estetika produk agar menarik perhatian konsumen untuk membeli dan ketepatan waktu untuk membuat produk supaya konsumen tidak menunggu terlalu lama. Berdasarkan hasil penelitian dari Putro, dkk (2014) menyimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berbeda dengan penelitian Sita Budiastari (2017) menemukan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tidak hanya memperhatikan kualitas produk, *store atmosphere* perlu juga diperhatikan seperti sengaja memberi aroma masakan sehingga konsumen yang menghirup aroma tersebut memiliki niat untuk membeli, seperti yang diungkapkan oleh Cox dan Paul (2004:184), atmosfer adalah komponen penting dari sebuah toko atau kafe dan dapat memberikan efek sensorik dominan yang tercipta dari desain toko atau kafe, hal tersebut yang telah diperhatikan oleh rumah makan Wok Tek menggunakan pencahayaan yang cukup dengan penataan meja yang menarik membuat konsumen nyaman dan puas melakukan pembelian di rumah makan ini. Penelitian yang dilakukan oleh Sumayyah (2019) yang

menyatakan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristiana (2019) yang menyebutkan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pojoh (2019) yang menyatakan *store atmosphere* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pihak rumah makan harus selalu memberikan kualitas produk yang bagus agar konsumen merasa puas mengonsumsi produk yang dihidangkan seperti menyajikan makanan dengan keadaan hangat, tidak menggunakan bahan-bahan yang sudah rusak atau berbahaya untuk dikonsumsi. Selalu melakukan *quality control* guna menjaga kualitas produk agar rasa makanan tidak berubah-ubah. Tidak hanya itu *store atmosphere* perlu juga diperhatikan pihak rumah makan agar konsumen nyaman berbelanja di rumah makan tersebut seperti menggunakan pencahayaan yang cocok, memberikan aroma-aroma masakan, memperhatikan *interior* dan *exterior* toko. Oleh karena itu pentingnya memperhatikan kualitas produk dan *store atmosphere* guna meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Dahmiri, dkk (2020) yang menyebutkan Secara simultan dan secara parsial *store atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sama halnya dengan penelitian Rofi'ah (2020) yang menemukan secara simultan dan secara parsial *store atmosphere* dan kualitas produk menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Devi, dkk (2017) juga menemukan secara parsial dan simultan *store*

atmosphere dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dari itu dipandang perlu untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Wok Tek Kuta Badung".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ditemui adalah sebagai berikut.

- a) Banyak konsumen lama yang membeli kembali di rumah makan Wok Tek.
- b) Menggunakan pencahayaan yang cukup, penataan meja yang menarik dan memberikan aroma masakan membuat konsumen nyaman dan puas melakukan pembelian di rumah makan Wok Tek
- c) Adanya ketidakkosistenan hasil penelitian terkait variabel kualitas produk, *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di uraikan, untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas maka penulis memfokuskan penelitian pada pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Wok Tek?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Wok Tek?
3. Apakah kualitas produk dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Wok Tek?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Wok Tek.
2. Untuk menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Wok Tek.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Wok Tek.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun hasil penelitian ini memberikan dua manfaat, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis. Kedua manfaat tersebut diuraikan sebagai berikut.

a) Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam penerapan ilmu ekonomi khususnya manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan.

b) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada rumah makan khususnya pada rumah makan Wok Tek untuk mengetahui tentang hal-hal yang berkaitan dengan kualitas produk dan *store atmosphere* yang nantinya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

