

BAB I

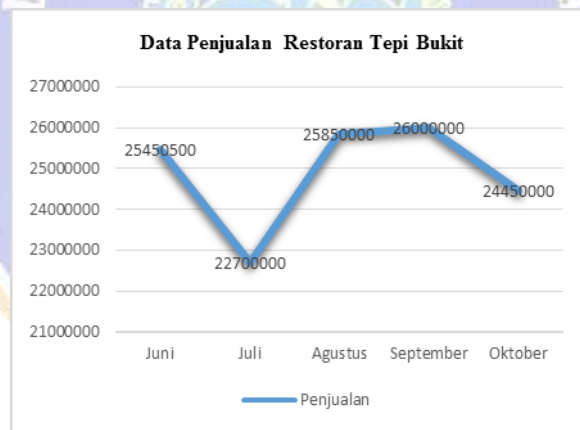
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner berkembang di Indonesia seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen yang beragam, terutama dalam hal makanan dan minuman. Sebagai salah satu bisnis usaha yang mengalami peningkatan cukup pesat dan mencerminkan gaya hidup modern adalah usaha dalam bidang penyajian makanan dan minuman seperti restoran, *cafe*, *coffee shop* dan usaha yang sejenis. Bali menjadi salah satu pulau di Indonesia yang dikenal dengan kulinernya yang lezat. Hampir setiap daerah di Bali, bisnis kuliner berkembang dengan pesat tiap tahunnya. Dari sekian banyak usaha restoran dan rumah makan yang terdaftar di Dinas Pariwisata Provinsi Bali, Buleleng adalah salah satu kabupaten yang menunjukkan perkembangan usaha restoran dan rumah makan meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan sumber data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Provinsi Bali banyaknya restoran dan rumah makan yang ada di Kabupaten Buleleng pada tahun 2021 yaitu berjumlah 548 tempat yang tersebar di setiap daerah di Buleleng. Dengan semakin banyaknya pesaing bisnis restoran dan rumah makan yang tersebar, para pelaku bisnis semakin terpacu untuk memenuhi keinginan dan selera pelanggan agar tetap merasa puas.

Perusahaan yang juga mengedepankan kepuasan pelanggan adalah Tepi Bukit. Penelitian ini dilakukan di Restoran Tepi Bukit, yang beralamat di Desa Selat, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng. Restoran Tepi Bukit berdiri pada tanggal 25 Desember 2015. Yang menarik dari Restoran Tepi Bukit ini yakni restoran sekaligus objek wisata yang ada di wilayah Desa Selat, yang menyuguhkan pemandangan Kota Singaraja dari atas tebing yang menjadi daya tarik konsumen untuk berkunjung dan menikmati makanan ataupun minuman di Restoran Tepi Bukit. Berdasarkan penelusuran melalui observasi, diperoleh informasi mengenai data penjualan di Restoran Tepi Bukit Desa Selat selama lima bulan terakhir seperti yang tampak pada Gambar 1.1.

Gambar 1.1
Data Penjualan Restoran Tepi Bukit
Periode Juni - Oktober 2022



(Sumber: Restoran Tepi Bukit)

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa penjualan pada Restoran Tepi Bukit mengalami fluktuasi dari bulan Juni sampai dengan bulan Oktober 2022. Pada periode bulan Juni sampai dengan Juli mengalami penurunan sebesar Rp.2.750.500,-. Kemudian pada bulan Juli ke bulan Agustus mengalami kenaikan yang signifikan yaitu sebesar Rp.3.150.000,-. Tidak sampai disana

peningkatan penjualan terus terjadi pada periode bulan Agustus ke bulan September yakni sebesar Rp.150.000,-. Meskipun pada peralihan bulan Juni sampai dengan September mengalami peningkatan penjualan yang cukup signifikan, akan tetapi kenaikan tersebut tidak mampu dipertahankan oleh Restoran Tepi Bukit, sehingga pada bulan September ke bulan Oktober kembali mengalami penurunan penjualan sebesar Rp.1.550.000,-. Sehingga penjualan pada bulan Oktober hanya sebesar 24.450.000,-. Yu dan Fang (2009) menyatakan jika besaran kepuasan dari konsumen bisa diamati dari besarnya penghasilannya. Penurunan penjualan yang terjadi di Restoran Tepi Bukit mungkin juga disebabkan karena kepuasan pelanggan yang kurang optimal, sehingga konsumen tidak setia kepada Restoran Tepi Bukit dan beralih ke tempat makan ataupun restoran lainnya. Menurut Zeithaml dan Bitner (2018) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi dari pelanggan. Dari semua faktor tersebut peneliti memfokuskan pada faktor kualitas produk dan *store atmosphere* sebagai faktor situasi yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi awal melalui wawancara kepada 10 konsumen yang telah berkunjung ke Restoran Tepi Bukit diperoleh hasil bahwa 8 orang menyatakan dari *store atmosphere* yang dimiliki restoran Tepi Bukit baik, dilihat dari segi pencahayaan, suara seperti musik yang dilantunkan, dan desain bangunan yang nyaman untuk sekedar bersantai. Dan hasil dari kualitas produk 10 orang menyatakan bahwa dari segi penampilan makanan, porsi, aroma, tingkat kematangan dan juga cita rasa baik.

Berdasarkan penelusuran lebih lanjut melalui wawancara dengan pemilik Restoran Tepi Bukit yakni ibu Komang, menyatakan banyaknya konsumen lama yang datang atau konsumen baru yang melewati restoran karena tertarik dengan *atmosferenya* ataupun suasana dari restoran tersebut yang dapat menarik konsumen untuk berkunjung. Namun berdasarkan hasil penelusuran melalui ulasan google, diperoleh informasi tingkat ulasan bintang sebesar 4.3 *point* dari 432 orang pemberi ulasan. Ulasan google menunjukkan bahwa dari 432 orang yang memberikan ulasan, 36 orang diantaranya memberikan ulasan negatif di Restoran Tepi Bukit. Mayoritas dari 36 orang tersebut mengeluhkan tentang store *atmosphere* atau suasana di restoran tersebut, konsumen mengeluhkan bahwa *layout* seperti lahan parkir yang sempit dan kurang memadai khususnya untuk mobil, konsumen juga mengeluhkan terdapat kotoran anjing di area *outdoor* restoran yang memberikan bau tidak sedap, tidak hanya itu konsumen juga mengeluhkan dari segi desain bangunannya yang kurang artistik. Dari segi kualitas produk, beberapa konsumen mengeluhkan bahwa rasa dari makanannya biasa saja dan standar bahkan, ada yang mengeluhkan makanannya tidak enak. Perilaku keluhan konsumen adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila konsumen merasa tidak puas dengan suatu pembelian (Mowen & Minor, 2002). Dilihat dari keluhan yang diutarakan konsumen ini jelas menunjukkan bahwa konsumen tidak puas atau belum merasakan kepuasan optimal.

Konsumen merupakan aset yang sangat berharga yang harus dijaga dengan baik bagi kelangsungan suatu tempat usaha agar dapat memberikan kontribusi yang maksimal. Menciptakan kepuasan pelanggan adalah hal yang wajib

dilakukan oleh perusahaan, untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, perlu memperhatikan suasana dari restoran itu sendiri karena semakin nyaman suasana yang diciptakan maka pengunjung akan memutuskan melakukan pembelian ulang jika tingkat kepuasannya terpenuhi. Demikian halnya dengan kualitas produk jika kualitas dari produknya baik maka akan memberikan rasa puas terhadap pelanggan setelah melakukan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi (2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yaitu *store atmosphere* dan kualitas produk baik secara bersama-sama maupun secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sambara (2021), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Store atmosphere menjadi suatu hal penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Dengan *store atmosphere* yang menarik tentukan akan memberikan kesan yang nyaman terhadap pelanggan. *Atmosphere* adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada di dalam toko atau pun restoran dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian (Sunyoto, 2017) dalam Winarsih. Sebuah restoran harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasaran sasarannya dan dapat menarik konsumen, karena respon konsumen tidak hanya sebatas pada produk atau jasa yang ditawarkan melainkan terhadap suasana dari restoran itu sendiri yang diciptakan. Sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan, dkk (2020) *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2021) *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun penelitian yang dilakukan oleh Wardhana (2021) *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain faktor *store atmosphere*, kualitas produk juga menjadi hal yang penting dalam menjamin kepuasan pelanggan di suatu restoran karena kualitas produk dapat menjadi suatu citra baik bagi usaha di bidang kuliner. Kepuasan pelanggan adalah harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Jika produk tersebut jauh dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, maka pelanggan akan merasa puas (Sangadji dan Sopiha, 2013:181). Perusahaan harus memperhatikan keluhan dari konsumen guna memperbaiki kesalahan kesalahan agar konsumen terus mengkonsumsi produk yang nantinya akan berdampak positif bagi perusahaan. Kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa (Potter dan Hotchkiss, 2012). Menurut Kotler dan Keller (2009), mengatakan bahwa kualitas produk ialah kemampuan suatu barang untuk memberikan nilai pada pelanggan yang paling unggul dan yang sesuai, bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Mahardika (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun

penelitian yang dilakukan oleh Andalusi (2018) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis sejauh mana *store atmosphere* dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan di Restoran Tepi Bukit. Hal tersebut menjadi latar belakang masalah dalam melakukan penelitian ini dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Tepi Bukit Desa Selat”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat didefinisikan beberapa permasalahan sebagai berikut.

- 1) Terdapat indikasi bahwa penurunan penjualan di Restoran Tepi Bukit selama lima bulan terakhir disebabkan oleh kepuasan pelanggan yang belum optimal.
- 2) Restoran Tepi Bukit belum mampu memberikan kepuasan pelanggan secara optimal kepada konsumen/pelanggannya, terutama dari segi *store atmosphere* dan kualitas produk.
- 3) Adanya kesenjangan antara hasil beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah yang diuraikan diatas, dipandang perlu melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan agar

peneliti berfokus pada topik yang memang menjadi pokok permasalahan dan untuk menghindari meluasnya permasalahan. Maka penulis hanya memfokuskan pada permasalahan mengenai variabel *store atmosphere* dan kualitas produk serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Tepi Bukit Desa Selat.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Tepi Bukit ?
- 2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Tepi Bukit ?
- 3) Bagaimana pengaruh *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Tepi Bukit ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Tepi Bukit
- 2) Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Tepi Bukit
- 3) Untuk menguji pengaruh *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Tepi Bukit.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dalam upaya pengembangan ilmu di bidang Manajemen Pemasaran khususnya terkait dengan pengaruh *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak Restoran Tepi Bukit sebagai tambahan informasi dan pertimbangan khususnya tentang bagaimana menentukan kebijakan mengenai *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

