

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Seiring bertambahnya populasi manusia setiap tahunnya, kebutuhan pokok akan makanan dan minuman menjadi semakin penting. Oleh karena itu, Industri makanan dan minuman dinilai para pengusaha mempunyai potensi bisnis yang sangat besar.. Akibatnya, mereka mulai mendirikan perusahaan dan terlibat dalam persaingan satu sama lain untuk memenangkan pelanggan.. Berkembangnya jumlah usaha dibidang makanan dan minuman juga diakibatkan oleh meningkatnya mobilitas masyarakat dan aktivitas yang semakin sibuk yang menyebabkan masyarakat mengalami perubahan perilaku di mana sekarang lebih banyak orang memilih untuk membeli makanan yang sudah jadi daripada memasak seperti yang mereka lakukan sebelumnya. Fenomena tersebut dinilai membuka peluang usaha oleh pembisnis menyebabkan banyaknya usaha kuliner salah satunya usaha kedai yang mulai tersebar dengan dilengkapi oleh berbagai konsep, seperti kedai dengan nuansa tradisional hingga modern. Selain hal tersebut, Beragamnya produk yang ditawarkan dengan harga yang relatif terjangkau rupanya menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Beragamnya penawaran di toko ini telah menghasilkan antusiasme yang signifikan di kalangan masyarakat, yang menunjukkan semakin besarnya minat terhadap toko di pasar.

Di kota Singaraja eksistensi kedai mulai dilirik oleh kalangan muda. Terdapat beberapa kedai yang ada di kota Singaraja seperti Kedai Etnik Singaraja, Kedai Radjha Ketjil dan Kedai Gangga Singaraja. Dengan banyaknya pembisnis yang bergerak pada bidang kuliner khususnya kedai membuat persaingan bisnis ini semakin kompetitif. Kedai Etnik Singaraja yang berlokasi di Jalan Nusa Indah No 21, Singaraja, Bali adalah salah satu diantara nama kedai di Singaraja yang memiliki konsep yang unik. Kedai Etnik Singaraja yang didirikan oleh Ibu dari Aditya Prabawa dulunya adalah sebuah warung biasa yang menjual makanan dan minuman sederhana. Berkembangnya Kedai Etnik Singaraja dimulai ketika Aditya Prabawa pulang ke Bali setelah bekerja di Jawa pada tahun 2021. Kedai Etnik Singaraja mulai merubah konsep warung sederhana menjadi sebuah kedai yang bernuansa jadul dan mulai menjual beragam varian menu, mulai dari makanan pembuka hingga penutup. Selain itu, Kedai Ethnic Singaraja juga menyediakan beragam pilihan minuman. Penelitian tambahan yang dilakukan melalui Google review menghasilkan wawasan review beberapa toko di Kota Singaraja, seperti dirangkum pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Ulasan Sejumlah Kedai di Kota Singaraja

| No | Nama Gerai/Kedai | Ulasan (Poin) | Jumlah Total Pemberi Ulasan (Orang) | Jumlah Pemberi Ulasan Positif (Orang) | Jumlah Pemberi Ulasan Negatif (Orang) |
|----|------------------------|---------------|-------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 1 | Kedai Gangga Singaraja | 4,9 | 14 | 14 | - |
| 2 | Kedai Radja Ketjil | 4,7 | 32 | 31 | 1 |
| 3 | Kedai Etnik Singaraja | 4,5 | 77 | 55 | 22 |

Sumber: Ulasan *Google*.

Sesuai Tabel 1.1 dapat diketahui perbedaan ulasan *google* terhadap ketiga kedai. Ulasan Google adalah media yang sering digunakan konsumen untuk menyampaikan kesan, penyampaian kesan ini biasanya digunakan untuk menggambarkan tingkat kepuasan ketika konsumen mengunjungi sebuah lokasi. Tabel 1.1 menunjukkan bahwa di antara tiga toko di Kota Singaraja, Kedai Etnik Singaraja menempati peringkat ketiga dengan rata-rata peringkat bintang sebesar 4,5 poin dari ulasan konsumen.

Dari review Google diketahui bahwa dari 77 reviewer, 22 orang (28,57%) memberikan feedback negatif tentang Kedai Etnik Singaraja. Ulasan negatif dari 22 orang tersebut mayoritas mengeluhkan kualitas produk dari Kedai Etnik Singaraja mulai dari tampilan produk, rasa dan kecepatan dalam menyajikan pesanan. Konsumen berkomentar bahwa kuliner di Kedai Etnik Singaraja biasa aja, lumayan lezat, rasa yang keasinan dan rasa yang berubah-ubah. Selain hal tersebut, konsumen juga mengeluhkan tempat yang terkadang kotor terutama pada toilet. Intinya, review dan keluhan negatif dari konsumen mengungkapkan ketidakpuasannya atau menandakan belum merasakan kepuasan yang optimal. Sedangkan, dilihat dari segi suasana kedai dan harga yang ditawarkan Kedai Etnik Singaraja, segmen pasar yang mereka fokuskan adalah anak muda terutama mahasiswa dari kalangan menengah ke atas yang cenderung mengutamakan kepuasan dari apa yang mereka beli atau konsumsi. Berbeda dengan kedai lainnya walaupun jumlah pemberi ulasan tidak sebanyak Kedai Etnik Singaraja, akan tetapi dari keseluruhan ulasan jumlah keluhan yang diajukan lebih sedikit dari jumlah keluhan di Kedai Etnik Singaraja. Fenomena ini menunjukkan bahwa Kedai Etnik

Singaraja belum mampu memberi mereka kepuasan terbaik. Berdasarkan hal itu, maka perlu adanya sebuah penyempurnaan ataupun penanganan dari pihak Kedai Etnik Singaraja.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi pada ulasan Google Kedai Etnik Singaraja perlu dilakukan penanganan ataupun perbaikan secepat mungkin agar dapat memberikan rasa kepuasan yang optimal kepada konsumen/pelanggan. Apabila semua fenomena yang terjadi dibiarkan begitu saja dan tidak diperbaiki, maka hal ini memiliki potensi yang buruk terhadap keberlangsungan bisnis Kedai Etnik Singaraja karena Memastikan kepuasan pelanggan sangat penting ketika menjalankan bisnis. Selain itu, tingkat kepuasan konsumen berfungsi sebagai indikator kunci keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis.

Menurut Tjiptono (2018), kepuasan pelanggan pada dasarnya muncul dari evaluasi ekspektasi sebelum pembelian terhadap persepsi pasca pembelian. Pelanggan yang puas biasanya menyampaikan sentimen positif tentang suatu perusahaan kepada orang lain, menunjukkan berkurangnya minat terhadap pesaing, dan menunjukkan sensitivitas harga yang lebih rendah (Kotler & Keller, 2016). Kepuasan pelanggan dicapai ketika konsumen menyelesaikan proses pembelian; sebaliknya tidak terjadi jika pembelian tidak dilakukan. Pada dasarnya, konsumen yang puas kemungkinan besar akan membeli kembali produk tersebut dan berbagi pengalaman positifnya dengan orang lain.

Sangat penting untuk mempertimbangkan kualitas produk untuk memuaskan pelanggan. Menurut definisi Kotler dan Armstrong (2008), kualitas suatu produk ditentukan oleh atribut-atributnya yang memastikan kemampuannya dalam memenuhi permintaan atauantisipasi pelanggan.. Bisnis yang menawarkan barang

berkualitas tinggi dapat berhasil menyenangkan pelanggan, sehingga menguntungkan bisnis. Kotler dan Armstrong (2001) menegaskan bahwa kualitas produk yang unggul dapat menjadi keunggulan taktis untuk mengungguli pesaing. Klaim ini konsisten dengan penelitian Putra et al. (2021), yang menunjukkan betapa besarnya peran kualitas produk dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Demikian pula penelitian Fitriana dan Maskur (2022), Adnan (2020), Sambara dkk. (2020), dan Utomo dan Maskur (2023) mendukung teori ini dengan menekankan dampak kualitas produk yang menguntungkan dan patut diperhatikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula penelitian Sambara dkk. (2021) menunjukkan bagaimana kualitas produk memiliki dampak positif dan besar terhadap kepuasan konsumen.. Namun penelitian Lieyanto dan Pahar (2019) membuah hasil berbeda, menyatakan Kepuasan pelanggan dan kualitas produk tidak ada hubungannya satu sama lain.. Penelitian Sakka dkk pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak ada hubungannya dengan kepuasan pelanggan, semakin mendukung kesimpulan tersebut..

Selain menawarkan produk berkualitas tinggi, lingkungan bisnis atau toko memainkan peran penting dalam menjamin kepuasan pelanggan. Menurut Meldarianda (2010), desain arsitektur, tata letak, pencahayaan, tampilan, warna, musik, suhu, dan aroma toko semua berkontribusi terhadap suasana keseluruhan. Semua faktor ini bekerja sama untuk mempengaruhi cara konsumen memandang suatu produk. Demikian pula, Kotler dan Keller (2009) menekankan betapa pentingnya bagi setiap lokasi ritel untuk merancang lingkungan yang secara khusus sesuai dengan basis pelanggan targetnya. Tujuan dari lingkungan yang disengaja ini adalah untuk mendorong konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih

baik. Pelanggan yang merasa nyaman dan betah berada di toko kemungkinan besar akan bertahan lebih lama, yang merupakan manfaat lain dari suasana ritel yang baik..

Konsumen yang berkunjung ke sebuah kedai tidak hanya mencari produk makanan dan minuman saja, tetapi mereka juga mengharapkan pengalaman yang berbeda dan memuaskan. Berdasarkan hal tersebut kedai harus menciptakan kesan yang dapat menyentuh perasaan konsumen dan menimbulkan rasa kepuasan pada konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Putra dkk. (2021), yang menunjukkan bahwa lingkungan kafe, kualitas produk, dan kualitas layanan semuanya berdampak besar terhadap kepuasan konsumen. Lebih lanjut memperkuat pernyataan ini, penelitian oleh Rooroh et al. (2020) dan Adnan (2020) menemukan bahwa suasana kafe berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Satrya dan Telagawati (2021), Sambara et al. (2021), Utomo dan Maskur (2023), dan Amalia dkk. (2023) memberikan lebih banyak bukti tentang pengaruh suasana toko yang menguntungkan dan patut diperhatikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, penelitian Fitriana dan Maskur (2022) mengungkapkan kesimpulan sebaliknya, menyatakan bahwa lingkungan kafe memiliki dampak yang dapat diabaikan dan tidak menguntungkan terhadap kepuasan..

Berdasarkan uraian sebelumnya, perkembangan usaha yang bergerak dalam bidang kuliner terus mengalami peningkatan seiring dengan berkembangnya zaman dan perilaku masyarakat. Semakin berkembangnya bisnis kuliner khususnya kedai membuat persaingan yang sangat kompetitif. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar, pengusaha perlu merancang strategi yang selaras

dengan harapan konsumen, yang pada akhirnya mengarah pada kepuasan konsumen. Menyediakan produk berkualitas tinggi dan menciptakan suasana toko yang menyenangkan merupakan faktor penting dalam mencapai tujuan ini, karena berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian berulang. Penelitian ini memilih Kedai etnik Singaraja sebagai subjek penelitian karena fenomena persaingan yang ketat antar banyak kios di Kota Singaraja. Dari latar belakang beserta riset gap yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Etnik Singaraja”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi dalam riset ini adalah:

- 1) Banyaknya kedai yang bermunculan di Kota Singaraja.
- 2) Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk di Kedai Etnik Singaraja.
- 3) Suasana Kedai Etnik yang kurang nyaman.
- 4) Adanya kesenjangan penelitian terdahulu mengenai variabel kualitas produk dan *store atmosphere*.

1.3 Pembatasan Masalah

Identifikasi masalah menunjukkan bahwa peneliti hanya menekankan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat dan suasana ritel serta kualitas produk sebagai faktor penelitian.. Penulis ini bermaksud untuk melakukan penilaian yang lebih terkonsentrasi terhadap hal yang menghubungkan kepuasan konsumen secara langsung di konteks kualitas produk serta suasana toko dengan membatasi ruang

lingkup penyelidikan.. Pendekatan yang ditargetkan ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang interaksi antara variabel-variabel ini dan dampak langsungnya terhadap kepuasan konsumen. Pendekatan ini memungkinkan dilakukannya analisis yang lebih terfokus dan memfasilitasi wawasan yang lebih jelas mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut, menghindari potensi diskusi yang terlalu luas dan memastikan upaya penelitian yang lebih koheren dan dapat dikelola.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas produk dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Etnik Singaraja?
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Etnik Singaraja?
- 3) Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Etnik Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

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

- 1) Menguji pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Kedai Etnik Singaraja
- 2) Menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kedai Etnik Singaraja.

- 3) Menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Kedai Etnik Singaraja.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Penulis tidak hanya menawarkan keuntungan bagi peneliti, namun pihak-pihak yang berpartisipasi dalam penelitian juga mendapatkan kelebihan dari penelitian tersebut. Manfaat teoretis dan praktis dijelaskan..

1) Manfaat Teoritis

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi terhadap kemajuan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks kepuasan konsumen sehubungan dengan kualitas produk dan suasana toko. Dengan mendalami dimensi-dimensi tersebut, penelitian bertujuan untuk mengungkap wawasan yang dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku dan persepsi konsumen. Diharapkan bahwa temuan ini akan memberikan kontribusi berharga terhadap pengetahuan yang ada dalam manajemen pemasaran, menawarkan perspektif, teori, atau bukti empiris baru yang dapat memberi informasi pada penelitian masa depan dan aplikasi praktis di lapangan. Pada akhirnya, pemahaman yang lebih mendalam ini dapat memberdayakan pemasar dan bisnis untuk mengambil keputusan yang lebih tepat, mengembangkan strategi yang efektif, dan meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga mendorong kesuksesan dan daya saing jangka panjang..

2) Manfaat Praktis

Kesimpulan penelitian ini diyakini akan menjadi panduan atau sumber informasi yang berguna bagi dunia usaha dalam membuat kebijakan.,

khususnya di bidang kualitas produk dan atmosfer toko, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan memanfaatkan wawasan yang diperoleh dari penelitian ini, perusahaan dapat mengambil keputusan yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk, mengoptimalkan atmosfer toko, dan pada akhirnya meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Pendekatan proaktif ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menumbuhkan loyalitas dan persepsi merek yang positif di kalangan konsumen.

