# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis modern mengalami banyak perubahan di era globalisasi. Perubahan tersebut ditandai dengan pola pikir masyarakat yang turut berkembang, kemajuan teknologi dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Salah satu dampak globalisasi yaitu banyak bermunculan produk berupa barang atau jasa yang mengedepankan sisi keunikan, keunggulan dan kelebihan. Bagi pihak produsen, kondisi ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk yang beredar di pasar, maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat memperluas pangsa pasar dan mempertahankan eksistensinya.

Jenis bidang usaha yang mengalami persaingan ketat adalah bisnis kuliner terutama kafe dan restoran. Sebagaimana fenomena bisnis kafe dan restoran yang marak tumbuh berkembang di tengah kehidupan masyarakat. Hal ini disebabkan karena perilaku konsumen akan gaya hidup modern dan masyarakat cenderung mencari sesuatu yang bersifat praktis dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum. Selain untuk makan dan minum, masyarakat cenderung mengunjungi kafe yang mampu memberikan *atmosphere* atau suasana nyaman untuk menghabiskan waktu.

Paradigma kafe dan restoran mengalami perubahan, yang awalnya hanya menyediakan menu berupa makanan

dan minuman sekarang beralih menjadi konsep modern yang menawarkan beraneka macam pelayanan. Menurut (Remiasa & Lukman, 2007) dalam (Adi, 2012) dengan adanya perubahan tersebut, dapat menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah kafe dan restoran yang melahirkan fenomena sosial dan budaya baru. Selain sebagai tempat singgah untuk menikmati makanan dan minuman, kafe dan restoran juga digunakan untuk bersosialisasi, memperluas jaringan, bertukar pikiran, bahkan menjadi alternatif pilihan tempat untuk *meeting* dan *prospecting business*. Oleh karena itu, kebiasaan menghabiskan waktu di kafe atau restoran telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas masyarakat modern.

Pada wilayah Kabupaten Sidoarjo terjadi perkembangan pesat dalam bisnis kuliner. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini, perkembangan bisnis rumah makan, kafe dan restoran di wilayah Kabupaten Sidoarjo yang diambil dari sumber data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.

Tabel 1. 1 Perkembangan Rumah Makan, Cafe Dan Restoran Di Kabupaten Sidoarjo

| | **Rumah Makan, Kafe dan Restoran di Kabupaten Sidoarjo** |
|---|---|
| 2014 | 33 |
| 2015 | 124 |
| 2016 | 124 |
| 2017 | 121 |
| 2018 | 147 |

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.

Tabel tersebut menggambarkan dunia bisnis rumah makan, kafe dan restoran di wilayah Kabupaten Sidoarjo yang mengalami peningkatan. Pertumbuhan bisnis kafe dan

restoran yang semakin meningkat mencerminkan persaingan pasar yang sangat ketat.

Keberhasilan dalam memenangkan persaingan dapat terwujud apabila pelaku usaha mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan menjalin hubungan baik dengan konsumen atau pelanggan. Hubungan baik dengan pelanggan dapat terjalin apabila pelaku bisnis mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan memahami keinginan, kebutuhan dan permintaan pelanggan maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang tepat agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Amstrong, 2001) dalam (Adi, 2012)

*Store atmosphere* erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. *Store atmosphere* merupakan salah satu aspek penting yang berkontribusi pada keberhasilan bisnis kafe, dimana *atmosphere* (suasana) yang ada dan tercipta mampu membuat pelanggan merasa berbeda untuk setiap kafe yang mereka kunjungi. Menurut (Kotler & Keller, 2013:69) *store atmosphere* adalah suasana terencana yang telah disesuaikan dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli. *Store atmosphere* yang terbentuk melalui desain eksterior dan interior, musik, sistem pencahayaan dan lain sebagainya dapat membentuk perasaan puas atau kecewa yang dirasakan pelanggan. Desain kafe yang diatur sedemikian rupa sesuai dengan konsep yang diusung memberikan nilai tersendiri di mata pelanggan, tema atau konsep tersebut akan menciptakan *atmosphere* positif yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Tendean & Widodo, 2015). Pengaruh antara *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan diperkuat dengan

penelitian yang dilakukan oleh (Maradita & Susilawati, 2021) yang memperoleh hasil bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2016:345) yang dimaksud dengan harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki dan menggunakan suatu produk atau jasa. Apabila harga yang ditawarkan tinggi, maka harus diikuti dengan manfaat yang besar juga, begitupun sebaliknya (Kotler dan Armstrong, 2008) dalam (Aminatuszulfah, 2021). Botton et al, (2003) dalam (Gunadi & Tanoto, 2018) mengemukakan bahwa pelanggan membentuk suatu persepsi dimana biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa bisa diterima dengan pembelian harga yang wajar sehingga kenormalan harga dapat membentuk kepuasan pelanggan. Pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan didukung oleh penelitian (Zakaria, 2019) dan memperoleh hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan harus diperhatikan untuk menjamin kepuasan pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan cepat, tanggap dan sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan lambat, buruk dan tidak sesuai harapan maka pelanggan akan kecewa. Hal tersebut sejalan dengan pengertian dari (Tjiptono, 2019:290) kualitas pelayanan sebagai aspek yang berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan

penyampaiannya untuk mengimbangi dan memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, sehingga pihak pelaku usaha harus mampu memberikan pelayanan prima agar dapat menjalin dan menjaga hubungan baik dalam hal kepuasan (Aminatuszulfah, 2021). Cromin dan Taylor dalam (Gunadi & Tanoto, 2018) menjelaskan kualitas pelayanan merupakan hal utama untuk membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi memberikan manfaat meliputi citra perusahaan meningkat, peningkatan kepuasan pelanggan, penurunan pembelotan pelanggan dan pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya, 2017) dan memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut (Kotler & Keller, 2013:138) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja dari hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja tidak sesuai dengan harapan, pelanggan merasa tidak puas dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang.

Dengan menyajikan *store atmosphere* yang nyaman, menetapkan harga yang kompetitif dan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik maka dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan (Schiffman dan Kanuk, 2007) dalam (Aminatuszulfah, 2021). Ketika pelanggan

merasa puas setelah berkunjung ke suatu tempat dan membeli produk, maka ada kemungkinan besar pelanggan tersebut akan berkunjung kembali dan melakukan pembelian ulang. Hal ini akan membawa keuntungan bagi pihak pelaku usaha, karena pelanggan yang merasa puas akan membagikan pengalamannya kepada keluarga dan teman terdekat sehingga dapat mendatangkan pelanggan baru.

Salah satu kafe di wilayah Kabupaten Sidoarjo yang menarik perhatian adalah Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool yang terletak di Desa Penambangan RT.12 / RW. 03, Kecamatan Balongbendo, Kabupaten Sidoarjo. Kafe ini memiliki keunikan tersendiri dimana selain digunakan sebagai tempat makan, kafe ini juga bisa dijadikan sebagai objek wisata berenang untuk anak-anak. Keunikan lain yang ditonjolkan yaitu pada desain kafe yang mengusung konsep *indoor* dan *outdoor* serta nuansa asri yang disuguhkan dengan desain interior yang senada dan penempatan berbagai macam tanaman di setiap sisi ruangan. Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool menawarkan berbagai macam jenis makanan dan minuman dengan harga yang kompetitif. Kafe ini juga menawarkan beberapa pelayanan khusus seperti *dinner romantic*, *wedding* dan *catering*.

Berdasarkan wawancara sederhana dan pengamatan peneliti melalui ulasan Singgah Sawah Café, Resto & Pool di *google maps*, memperoleh hasil bahwa hal yang paling sering diulas atau dikomentari pelanggan yakni mengenai harga, pelayanan dan *atmosphere* atau suasana. Ulasan tersebut seperti harga produk yang dijual relatif murah, pelayanan yang sopan, fasilitas kafe lengkap, desain kafe yang unik serta *atmosphere* atau suasana kafe yang asri,

nyaman dan tenang. Namun tidak jarang juga pelanggan memberikan komentar yang berlawanan contohnya harga yang dianggap kurang sesuai dengan kualitas produk, penyajian makanan yang berjeda cukup lama, penyajian produk yang tidak sesuai pesanan, pelayanan penyajian yang lama karena banyaknya pelanggan yang berkunjung dan adanya miskomunikasi mengenai reservasi. Selain itu, Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool belum pernah melakukan survey terkait kepuasan pelanggan.

Dengan memperhatikan kondisi tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Singgah Sawah Café, Resto & Pool guna mengetahui seberapa efektif strategi pengembangan yang dilakukan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan *store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan dari kafe tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool di Balongbendo, Sidoarjo ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Singgah Sa wah Cafe, Resto & Pool di Balongbendo, Sidoarjo ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool di Balongbendo, Sidoarjo ?
4. Apakah *store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada

Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool di Balongbendo, Sidoarjo ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool di Balongbendo, Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool di Balongbendo, Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool di Balongbendo, Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool di Balongbendo, Sidoarjo.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan *store atmosphere*, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi, khususnya bagi pihak yang akan mengadakan penelitian sejenis.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. **Bagi Perusahaan**

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Singgah Sawah Cafe, Resto & Pool untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi dan untuk menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis.

2. **Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

   A. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran untuk mengembangkan ilmu manajemen khususnya dalam bidang pemasaran

   B. Sebagai tambahan referensi pada perpustakaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai kajian literatur bagi mahasiswa-mahasiswi yang akan melakukan penelitian sejenis.

3. **Bagi Peneliti**

   Dapat menambah wawasan, pengalaman dan menerapkan pengetahuan teori yang diperoleh selama studi di jurusan Manajemen (pemasaran) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

*Halaman ini sengaja dikosongkan*