

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Memasuki masa modern seperti saat ini perkembangan bisnis kuliner sangatlah pesat tersebar di kota-kota kecil maupun kota besar, khususnya di Indonesia sendiri, bisnis makanan dan minuman tersedia bermacam-macam. Banyak para pengusaha mendapatkan suatu keuntungan dari bisnis kuliner yang dijalani, akan tetapi juga tidak semua bisnis kuliner berjalan dengan lancar yang dikarenakan strategi pemasaran yang digunakan tidak tepat dan tingkat kualitas yang kurang optimal. Suatu keberhasilan bisnis kuliner dalam memenangkan tingkat persaingan yaitu akan ditentukan oleh penerapan suatu strategi pemasaran yang sesuai, tingkat kualitas produk yang maksimal dan hubungan baik dengan konsumen. Perilaku hubungan baik dengan konsumen akan terjalin jika bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap selera konsumen. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kotler dan Keller (2009 : 138 ).

Lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan pasar potensial. Salah memilih lokasi

perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan itu sendiri (Tjiptono, 2008:150).

Selain lokasi, promosi merupakan suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2008:133). Suatu promosi yang dilakukan dengan tepat tentu saja akan memberikan benefit bagi suatu perusahaan dan perusahaan dapat unggul dari para kompetitornya. Suatu promosi dapat dikatakan berhasil atau tidaknya bergantung pada strategi promosi yang diterapkan pada perusahaan itu sendiri. Promosi yang mampu menarik minat konsumen dapat dilakukan dengan cara unik seperti dengan menggunakan media-media kreatif, ini dapat menjadikan suatu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk. Bauran promosi yang dilakukan perusahaan akan menciptakan suatu penilaian tersendiri pada pikiran konsumen sehingga penilaian konsumen terhadap promosi produk secara langsung maupun tidak langsung akan menciptakan image terhadap suatu produk. Philip Kotler (2005) juga menjelaskan bahwa aktivitas promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen terhadap sebuah produk atau jasa.

Selain lokasi dan promosi ada suatu faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler, 2010:297) dalam (Wulandari, 2013). Kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan akan dapat menentukan suatu persepsi terhadap suatu kinerja perusahaan, tingkat kualitas pelayanan dan benefit dari suatu produk yang dipasarkan merupakan fokus dari perhatian pelanggan. Faktor inilah yang dapat menjadi dasar pemikiran untuk selalu memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen tetap bertahan. Apabila konsumen merasa puas maka kemungkinan akan membuat konsumen tersebut bertahan.

Usaha bisnis kuliner seperti cafe maupun restoran cepat saji saat ini memang lagi marak. Dari sekian banyak restoran cepat saji yang ada saat ini, cafe merupakan salah satu tempat yang paling digemari oleh kalangan anak milenial di masa modern saat ini. Tidak hanya di daerah kota-kota besar saja, cafe juga sudah berkembang pesat di kota kecil Sidoarjo.

Di masa modern seperti saat ini kuliner bukan hanya sekedar mencicipi makan dan minuman yang baru saja, akan tetapi juga sebagai eksistensi di sosial media. Banyak pengusaha cafe yang tidak hanya memperhatikan

kualitas makanan dan minuman saja, akan tetapi mereka juga memperhatikan desain tempat yang sangat menarik atau instagramable agar konsumen lebih tertarik datang ke tempat tersebut. Persaingan bisnis yang semakin pesat seperti saat ini, membuat para pelaku bisnis kuliner berusaha menarik kepuasan para konsumen. Berdasarkan wawancara dengan owner cafe galle tropical sidoarjo bahwa kurangnya kepuasan konsumen itu diakibatkan oleh kurangnya tingkat pelayanan, apalagi pada saat weekend dimana para pengunjung mengalami peningkatan dibanding hari biasanya, karena jumlah karyawannya terbatas.

Dari paparan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul "PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN di CAFE GALLE TROPICAL SIDOARJO"

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan tersebut, permasalahan dalam penelitian ini di rumuskan sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe Galle Tropical Sidoarjo?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe Galle Tropical Sidoarjo?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe Galle Tropical Sidoarjo?
4. Apakah lokasi, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe Galle Tropical Sidoarjo

### **Tujuan Penelitian**

Sesuai rumusan masalah diatas, yaitu tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Agar dapat mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen cafe Galle Tropical Sidoarjo.
2. Agar dapat mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen cafe Galle Tropical Sidoarjo.
3. Agar dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen cafe Galle Tropical Sidoarjo.

### **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberi manfaat bagi peneliti, para pembacanya dan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan masalah yang diteliti, manfaat dari penelitian antara lain:

1. Bagi Perusahaan
  - a) Penelitian yang dibuat dapat bermanfaat bagi untuk mempromosikan lokasi cafe supaya lebih dikenal masyarakat.
  - b) Dapat memberikan pengetahuan baru kepada karyawan mengenai kualitas pelayanan agar lebih baik lagi supaya konsumen semakin puas.
  - c) Pihak perusahaan juga bisa dapat mengetahui pengaruh lokasi, promosi, dan kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen cafe Galle Tropical Sidoarjo.

2. Bagi Penulis  
Penelitian ini memberi pengalaman baru dan dapat mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan khususnya manajemen pemasaran. Penulis juga dapat mengetahui pentingnya pengaruh

lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen cafe Galle Tropical Sidoarjo.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran bagi pembaca apabila melakukan penelitian yang sama dengan penelitian ini.