

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia, merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pertumbuhan kuliner sangat berkembang pesat, semakin diminati oleh masyarakat, semakin kreatif, dan inovatif. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mencapai angka 8% pada tahun 2012 dan 13% pada tahun 2013. Hal ini membuktikan bahwa pertumbuhan kuliner sangat diminati oleh masyarakat Indonesia.

Khususnya di kota Karawang yang merupakan kota industri saat ini menjadi kota potensial untuk berbisnis dalam segala bidang. Salah satunya bidang kuliner yang saat ini sudah berkembang dengan pesat. Kota Karawang juga memiliki obyek wisata sebanyak 23 obyek wisata. Pariwisata dan makanan merupakan duet ideal, manakala akses dari kegiatan pariwisata selalu membutuhkan makanan. Dibuktikan dari keberadaan berbagai fasilitas pendukung wisata seperti restoran, kafe, bar, atau bahkan warung kaki lima.

Dilihat dari data kunjungan wisatawan yang datang ke kota Karawang pada tahun 2010 – 2013 memperoleh data sebagai berikut :

Tabel 1.1

Data Kunjungan Wisatawan Kota Karawang

TAHUN	Wisatawan Lokal (orang)
2010	3.681.839
2011	3.957.771
2012	4.120.541
2013	4.440.016

Sumber : Dinas Budaya dan Parawisata Kota Karawang, 2014

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisata nusantara terus adanya peningkatan pada tahun 2010 – 2013. Dari tabel tersebut membuktikan bahwa kota Karawang memiliki daya wisata yang cukup besar bagi wisatawan lokal.

Dengan banyaknya tempat wisata di karawang dan banyak pengunjung yang berdatangan sangat di butuhkan tempat makan seperti restoran atau cafe. Maka saat ini populernya kuliner di Kota Karawang saat ini bermunculan dengan berbagai cafe dan restoran yang semakin kreatif dan inovatif yang menarik untuk masyarakat membelinya. Banyak restoran dan cafe yang terdaftar di Kota Karawang diantara lain :

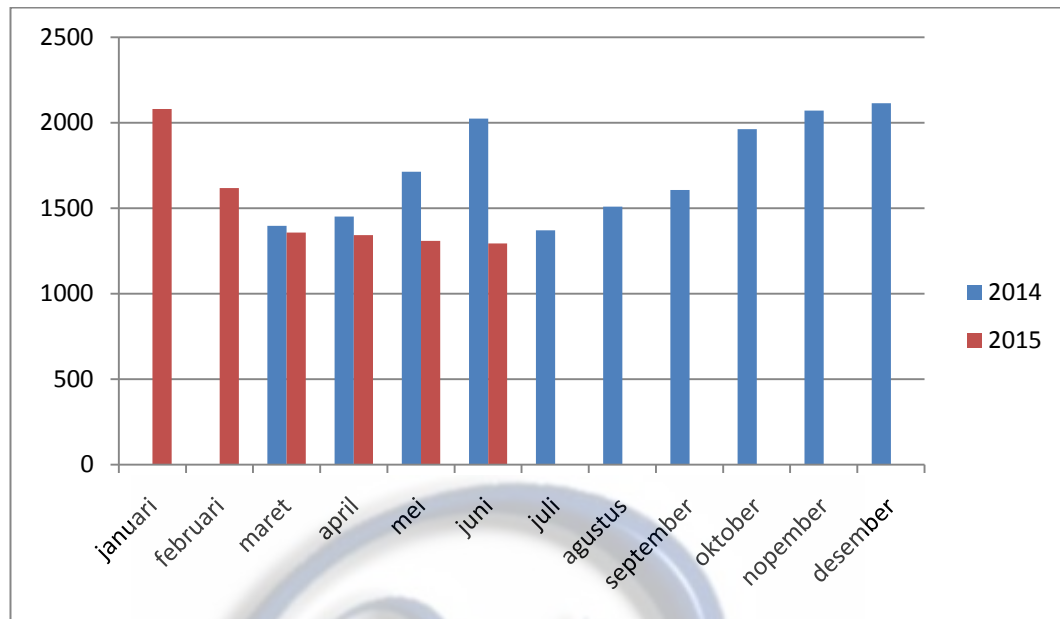
Tabel 1.2
Data Kuliner di Kota Karawang 2014

Wisata Kuliner	Jumlah
Cafe	28
Restoran	37
Rumah Makan	53

Sumber : Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Karawang, 2014

Berdasarkan tabel 1.2 menggambarkan di Kota Karawang memiliki tempat wisata kuliner yang cukup banyak pada tahun 2014. Hal ini menunjukkan Kota Karawang memiliki daya saing untuk berbisnis dalam wisata kuliner.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Kedai 05 yaitu merupakan tempat wisata kuliner yang cukup diminati oleh para konsumen dengan tema rumahan. Kedai 05 terletak Jl. R.E Marthadinata No. 22 Adiarsa, Karawang. Kedai 05 merupakan tempat nongkrong anak muda dengan menu makanan yang unik dan murah. Kedai 05 juga selalu mengadakan acara seperti nonton bareng bola ataupun balap. Fasilitas seperti wifi juga tersediakan di Kedai 05 sehingga menarik konsumen untuk berkunjung ke Kedai 05. Ke unggulan dan ke unikan yang di buat Kedai 05 untuk menarik pelanggan. Di bawah ini merupakan data penjualan Kedai 05 :



Sumber : Hasil olahan data Kedai 05, Juni 2015

Gambar 1.1
Data Penjualan Kedai 05 2014-2015

Dari data tersebut Kedai 05 mengalami penurunan pada bulan maret sampai bulan juni. Kedai 05 sedang mengalami permasalahan, permasalahan tersebut adalah masih kurangnya kepuasan konsumen, yang terlihat dari hasil kuisisioner yang dilakukan oleh peneliti yang berisikan pernyataan untuk melihat kepuasan konsumen yang diadaptasi dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut (Ratna dan Mastuti, 2011) kuesioner dibagikan kepada 25 responden yang dipilih secara acak, adapun hasil pra observasi tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	Jumlah
Makanan yang di tawarkan berkualitas tinggi	17	8	25
Pelayanannya cepat tanggap	11	14	25
Harga makanan di Kedai 05 lebih murah dibanding cafe lain	18	7	25
Makanan di Kedai 05 memberikan kenyamanan	8	17	25
Parkirannya terjamin aman dan gratis	6	19	25
Merasa bangga setelah makan di Kedai 05	14	11	25

Terlihat dari Tabel 1.3 bahwa pernyataan responden di dominasi dengan ketidak setuju sehingga dapat dikatakan kepuasan konsumen Kedai 05 masih kurang baik. Selain membagikan kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara singkat kepada beberapa konsumen mengenai hal apa yang menjadi kekurangan Kedai 05 Karawang dibandingkan cafe lainnya di Karawang. Adapun jawaban yang paling banyak adalah ketidak setujuan mengedai kondisi tempat parkir di Kedai 05 yang tidak luas, kurangnya keamanan parkir, kebersihan diluar, dan tidak adanya fasilitas parkir gratis. Sedangkan dari segi kualitas pelayanan adanya kekurangan yang kurang cepat menanggapi dalam permintaan konsumen.

Berdasarkan hasil kuisioner tersebut di duga yang membuat kepuasan konsumen di Kedai 05 Karawang masih kurang baik dari *store atmosphere*. *store atmosphere* adalah rancangan lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, musik, warna, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan serta untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang (Utami, 2010). Keseluruhan atmosfer yang diciptakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, rumah makan di design sedemikian rupa untuk menarik perhatian konsumen sehingga mereka nyaman dan meninggalkan kesan kepada para konsumen sehingga menimbulkan kepuasan. Kepuasan merupakan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar

atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan pemakainya (Tjiptono, 2004). Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya (Kotler, 2000).

Selain *Store Atmosphere* yang kurang baik, yang diduga mengakibatkan ketidakpuasan konsumen di Kedai 05 masih kurang tanggapnya dari kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2006). Hal ini harus diperhatikan oleh pengelola Kedai 05 untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, agar tidak berpindah ke pesaing. Banyak faktor yang harus diperhatikan oleh pengelola dalam menjalankan usahanya, diantaranya faktor *store atmosphere* dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola kepada konsumen harus ditinjau ulang dalam setiap periode.

Mengingat *store atmosphere* dan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting untuk mempengaruhi Kepuasan pelanggan konsumen maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI 05”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis mencoba merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *Store Atmosphere*, kualitas pelayanan dan tingkat Kepuasan Pelanggan pada Kedai 05.
2. Bagaimana pengaruh *Store Athmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsemen mengenai *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan tingkat Kepuasan Pelanggan pada Kedai 05.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Store Athmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan di Kedai 05.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian di harapkan dapat bermanfaat untuk pihak-pihak yang Terkait, yakni :

1. Bagi Penulis
Untuk memperoleh pengetahuan yang lebih luas dalam bidang pemasaran khususnya tentang *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan
2. Bagi Perusahaan
Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengembangan perusahaan itu sendiri diri, terutama mengenai pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi bidang manajemen pemasarannya khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.

