

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bisnis makanan menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Hal tersebut bisa dilihat pada perekonomian Indonesia pada tahun 2012 yang mengalami peningkatan di setiap sektor. Pertumbuhan di bidang perdagangan, hotel, dan cafe merupakan sektor yang mengalami peningkatan tertinggi kedua, mencapai 8,11 persen ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)).

Medan merupakan salah satu kota besar di Indonesia dengan jumlah penduduk terbanyak kedua di Indonesia. Para pebisnis maupun pengusaha melihat potensi bisnis yang ada di Medan, yaitu dengan membuka usaha tempat makan. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah rumah makan dan cafe di daerah Medan berkembang sangat signifikan. Jumlah cafe yang semakin banyak bertambahnya pilihan bagi konsumen. Para konsumen yang memilih cafe sebagai tempat makan tidak hanya memperhatikan kualitas dari makanan tersebut tetapi juga kualitas layanan yang sesuai. Oleh karena itu para pengelola harus memberikan kualitas layanan dan kualitas produk yang tepat agar dapat bersaing dengan cafe lain dan merebut banyak konsumen.

Untuk dapat bertahan ditengah maraknya persaingan cafe-cafe di Medan harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas layanan dan kualitas

produk. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen (Tjiptono, 2007). Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (*Tangibels*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Pemberian kepuasan kepada para konsumen adalah strategi pertahanan yang paling baik untuk melawan para pesaing bisnis. Perusahaan yang berhasil menjaga para konsumennya selalu merasa puas, akan memperoleh keunggulan bersaing dan hampir tidak terkalahkan dalam bisnis. Para pelanggan yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli, dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut. Selain itu, umumnya mereka tetap menjadi pelanggan yang setia bila perusahaan itu sedang mengalami kesulitan. Kepuasan konsumen pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan. Tidak terlepas pula bagi perusahaan cafe. Jika ada satu saja pelanggan yang merasa puas maka kemungkinan besar cafe itu akan mendapatkan beberapa calon pelanggan baru. Hal ini seperti dikatakan Kotler (2002) bahwa seseorang yang merasa tidak puas akan suatu produk, rata-rata akan menceritakannya kepada sepuluh lainnya.

Faktor lain dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah cafe adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2004) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoprasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi

kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari kendalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang dibeli, akan menimbulkan kesetiaan pembeli sehingga membuat pembeli melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Seperti yang dikatakan Moven dan Minor (2008) menyatakan bahwa loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Salah satu cara meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, yang diharapkan dapat membuat pelanggan untuk kembali melakukan transaksi.

Salah satu cafe di Medan yang menghadapi persaingan di dunia usaha tersebut adalah cafe d'real, yang berada di jalan halat. Cafe D'real memberikan kualitas pelayanan yang cukup baik, pada saat pelanggan datang konsumen akan di pandu oleh karyawan menuju sudut ruangan yang menampilkan berbagai macam makanan yang disajikan. Disitu pelanggan di pandu oleh banyak karyawan untuk memilih makanan yang mereka inginkan. Makanan-makanan yang ditampilkan oleh pihak D'real dibuat semenarik mungkin, sehingga dapat menggugah selera makan pelanggan dan memesan makanan yang dianggap pelanggan menarik. Dengan melihat fenomena peluang bisnis cafe yang masih sangat besar dan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis cafe, maka penulis meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada D'real cafe & resto.

## **B. Identifikasi Masalah**

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu variable bebas (independent) dan variable terikat (dependent). Dimana variable bebasnya adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang dinotasikan dengan variable X dan variable terikatnya adalah kepuasan konsumen yang dinotasikan dengan Y. Yang mana faktor-faktor kepuasan konsumen tersebut sebagai faktor-faktor variabel tergantung (y) ada banyak macamnya. Dalam penelitian ini lebih menekankan pada faktor-faktor dari teori Lupiyoadi (2001) yaitu : kualitas produk, kualitas pelayanan, emosioanal, harga, biaya.

Penelitian ini layak untuk dilakukan, karena tidak hanya menjadi bahan referensi bagi peneliti berikutnya, tetapi rujukan teori yang dipakai dalam penelitian ini.

## **C. Batasan Masalah**

Agar permasalahan yang akan dibahas tidak terlalu luas dan pembahasan lebih mengarah pada masalah yang akan diteliti, maka dalam penelitian ini perlu diadakan pembatasan masalah yaitu “Studi identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen D’real Cafe& Resto”.

## **D. Rumusan Masalah**

Adapun tujuan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Faktor-faktornya sajakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen di D’real cafe & resto.?

## **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini berguna untuk mengetahui dan menguji secara empiris study identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di D'Real Cafe & Resto.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan sebuah masukan yang berarti bagi ilmu pengetahuan dan menambah binformasi dalam ilmu Psikologi khususnya di bidang Psikologi Industri dan Organisasi khususnya mengenai studi identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di D'real Cafe & Resto. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya bahan kepustakaan serta dijadikan sebagai bahan rujukan serta masukan bagi penelitian selanjutnya pada masa yang akan datang.

### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pembaca, khususnya pada pihak cafe sehingga mereka mengetahui gambaran dari kualitas pelayanan merupakan faktor yang di perlukan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, dari hasil penelitian juga dapat memberikan informasi bahwa untuk mempertahankan tingkat kepuasan konsumen maka cafe harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.