

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, tingkat arus informasi telah berkembang dengan sedemikian rupa sehingga pengaruhnya dapat dengan cepat terlihat dan terasa di dalam masyarakat. Unsur-unsur budaya global memasuki dunia lokal dengan sangat cepat dan intensif. Salah satu contohnya gaya hidup instan masyarakat, yang terwujud dalam dunia kuliner. Gaya hidup modern menjadi budaya populer saat ini, dimana masyarakat Indonesia banyak disugahi pangan dengan cepat saji. Budaya bersantai di Cafe menjadi kebiasaan di masyarakat yang tanpa disadari hal tersebut merupakan pengaruh dari globalisasi. Cafe merupakan gaya hidup masyarakat masa kini. Setelah jam pelajaran, diantara jam kuliah, bahkan sepulang jam kantor, mereka cenderung menghabiskan waktu untuk sekedar berkumpul dan bersantai bersama. Lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, tempat yang nyaman, cara penyajian yang ramah, serta tersedia akses wi-fi menambah kenyamanan pengunjung dan membuat Cafe menjadi tempat berkumpul favorit.

Kota Bandar Lampung merupakan ibukota Provinsi Lampung, selain merupakan pusat kegiatan Pemerintahan, Sosial Politik, Pendidikan dan Kebudayaan, juga merupakan pusat kegiatan Perekonomian, yang secara ekonomis menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan kota Bandar Lampung, yaitu pusat perdagangan, industri dan pariwisata. Dengan letaknya yang sangat strategis dimana Kota Bandar Lampung sebagai lalu lintas dan transit berbagai kegiatan perekonomian antara pulau Sumatera dan Pulau Jawa hal ini menjadikan kota Bandar Lampung berkembang cukup pesat dalam Provinsi Lampung. Oleh karena itu pertumbuhan bisnis cafe dan resto juga ikut berkembang.

Seiring dengan perkembangan gaya hidup yang semakin modern, perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian suatu produk juga ikut beragam.

Untuk itu produsen juga harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran. Oleh karena itu para produsen harus mampu membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Setelah konsumen mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya, perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut.

Banyaknya café yang bermunculan telah menimbulkan suatu persaingan, khususnya dalam persaingan harga, mutu makanan, dan pelayanan antar usaha sejenis. Keadaan inilah yang membuat konsumen lebih selektif dalam menentukan pilihannya. Persaingan yang terjadi antar bisnis usaha makanan ini mendorong masing-masing perusahaan untuk menciptakan peluang dengan menerapkan ide-ide baru untuk menarik minat konsumen. Tingkat persaingan yang semakin tinggi mengakibatkan konsumen memiliki persepsi yang tinggi terhadap kualitas, pilihan produk, suasana lebih nyaman dan pelayanan yang lebih bernilai, tetapi dengan membayar lebih murah, waktu lebih cepat, dengan usaha dan resiko yang lebih rendah. Saat ini persaingan pada usaha jasa café tidak hanya pada harga, namun menyangkut variabel lain yang berkaitan dengan nilai atas pengalaman berbelanja konsumen. Di Bandar Lampung ada salah satu café terbaru yang mengusung konsep berbeda, café berdesain rustic ini menyuguhkan 8 konsep ruangan dan aneka menu. Memasuki pintu café, pengunjung di sambut kayu besar yang menjadi tiang pintu dengan hiasan roda delman yang terbuat dari kayu dan batu yang sudah membatu. Ukiran kayu mengelilingi seluruh sudut ruangan material bangunan yang didominasi kayu bahkan potongan pohon ditampilkan natural mendominasi dinding, interior dan meja. Pusa menikmati sajian dan pemandangan dan lantai

dasar, pengunjung bisa menikmati pemandangan yang berbeda di sayap kanan dan kiri di pintu masuk café bangunan dua lantai itu mengungkap pesona artistic yang berbeda. Café tersebut adalah Wood Stairs Café yang mengungkap desain klasik modern yang sudah bisa menarik pelanggan di pengunjung tahun 2018.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung di WOOD STAIRS CAFE
di Kota Bandar Lampung Tahun 2018

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	2.816
Februari	2.941
Maret	2.063
April	1.904
Mei	5.036
Juni	7.455
Juli	2.450
Total	24.665

Sumber : Di lihat dari nota pembelian *Wood Stairs Cafe*
Kota Bandar Lampung Tahun 2018

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa dalam penghitungan jumlah konsumen *WOOD STAIRS CAFE* menghitung berdasarkan jumlah yang di terima dalam perbulan. Dari tabel di atas dapat di simpulkan bahwa jumlah konsumen *WOOD STAIRS CAFE* di bulan Mei mengalami peningkatan konsumen menjadi 5.036 hal ini dikarenakan oleh bulan Mei merupakan bulan Ramadhan, dan di bulan Juni meningkat lebih tinggi karena di hari libur sekolah dan libur lebaran. Dengan adanya perubahan dan pengaruh itu, maka menyebabkan pergeseran atau perubahan fungsi *cafe* yang melahirkan fenomena dan budaya baru.

Tabel 1.2
Data *Café* Bandar Lampung 2018

No	Nama	Alamat	Tahun Didiri
1	Owl <i>Cafe</i>	Jl. Sultan Agung No. 9, Way Halim	2016
2	Wood Stairs	Jl. Urip Sumoharjo No.117, Way Halim	2017
3	Granny's Nest <i>Cafe</i>	Jl. Pulau Sebuku No. 9, Kedamaian	2014
4	Eat Boss	Jl. WR. Mongin Sidi No.43, Tanjung Karang	2017
5	Magnolia <i>Cafe</i>	Jl. Jend. Sudirman No.108, Rawa Laut	2016
6	The Corner	Jl. Prof. Mr. Yamin No.26, Rawa Laut	2016
7	Agogo <i>Cafe</i>	Jl. Ir. Hi. Juanda No. 6, Pahoman	2016
8	Pavilion <i>Cafe</i>	Jl. KH. Ahmad Dahlan No.74, Pahoman	2016
9	Wake Up <i>Cafe</i>	Jl. Jend. Gatot Subroto No.123, Telukbetung	2016

Survey Peneliti 2018

Berdasarkan hasil prasurvei dari 10 orang terdapat jawaban lebih memilih Wood Stairs *Café* dibandingkan *café* lain, dikarenakan wood stairs *cafe* memiliki suasana *café* yang klasik modern, lahan *café* yang luas dan nyaman untuk berkumpul-kumpul. Suasana kafe (*cafe atmosphere*) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya yang dapat menarik konsumen untuk membeli suatu produk (Kotler dan Keller 2016). Suasana yang nyaman dan tenang menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi kafe tertentu. Bahkan terkadang konsumen yang lebih memilih makan di sebuah kafe dari pada makan di rumah dengan alasan menyukai *atmosphere* (suasana) pada kafe yang bersangkutan. Sehingga masyarakat akan kembali berkunjung untuk menikmati Wood Stairs *Café* di Bandar Lampung.

Hal ini menjadi permasalahan yang cukup menarik karena Wood Stairs *Café* merupakan *café* baru tetapi sudah bisa menarik masyarakat untuk berkunjung. Masyarakat menilai jika Wood Stairs *Cafe* memiliki beragam konsep desain interior yang memiliki keunikan tersendiri dan juga menu makanan maupun minuman. Wood Stairs *Cafe* berlokasi di Jl. Urip Soemoharjo No.204, Wayhalim, Bandarlampung, Wood Stairs *cafe* siap

tidak hanya memanjakan lidah pengunjungnya, melainkan pula dengan suka cita menyuguhkan suasana mempesona mata dan hati, karena cafe ini memiliki design yang unik yaitu mengusung konsep design klasik yang berasal dari kayu – kayu. Tak heran bila faktanya banyak tamu yang seakan merasa nyaman untuk berlama-lama di sana, baik bersama orang terdekat dan keluarga, maupun bersama rekanan meeting. Menurut Robson (2013) yang mengatakan bahwa desain restoran dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan pembeli akan melakukan transaksi berdasarkan dorongan emosi daripada dorongan rasional.

Banyaknya Cafe yang menerapkan kenyamanan dan keunikan menjadikan persaingan begitu ketat antar pelaku bisnis yang berdampak pada nilai penjualan. Menurut Kotler (2005) Usaha jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. *Wood stairs cafe* mempunyai harapan agar jumlah konsumen yang mengkonsumsi produk dan jasanya tidak semakin menurun, tetapi mengalami pertambahan dalam penjualan sehingga dapat meningkatkan laba usaha cafenya. Untuk menarik minat masyarakat datang dan mengkonsumsi produk dan jasanya, *Wood stairs cafe* merencanakan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, yang didasarkan atas analisa konsumen dan analisa situasi dan kondisi internal-eksternal perusahaan.

Faktor lain yang perlu di perhatikan adalah Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang yang bisa mempengaruhi konsumen dalam memilih dan mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler (2016), pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Kotler (2016), “kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat”

Dari definisi dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan sebuah nilai yang dimiliki yang oleh suatu produk yang mana nilai tersebut disampaikan kepada konsumen secara tersirat melalui produk tersebut. Jadi produk yang akan diberikan kepada konsumen haruslah benar-benar yang berkualitas yang memang dibutuhkan oleh konsumen dan memiliki pandangan yang baik dimata konsumen. Jangan sampai konsumen berpandangan negatif terhadap produk yang ditawarkan. Variabel Kualitas Produk merupakan variabel yang paling dominan dalam memberikan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan.

Ada empat strategi untuk memenuhi kepuasan konsumen, menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011), yaitu : a) Relationship Marketing Strategy Hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah selesai pembelian. Dengan kata lain, suatu hubungan yang secara terus menerus sehingga terjadi bisnis ulangan (repeat business). b) Strategy Superior Customer Service Strategi berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari para pesaing. Membutuhkan dana yang besar, sumber daya manusia, dan usaha yang gigih. c) Strategy Unconditional Guarantees Strategi yang berkomitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas jasa dan kinerja perusahaan. d) Strategi Keluhan Yang Efisien Penanganan keluhan yang baik akan memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang tidak puas akan menjadi pelanggan yang puas atau bahkan pelanggan tetap. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan ialah dengan membuat sesuatu yang berbeda. Dengan menciptakan store atmosphere (suasana toko) dan kualitas produk yang unik bisa menjadi alternatif untuk membedakan cafe and resto yang satu dengan yang lainnya (Mowen dan Minor, 2012).

Menurut Tjiptono (2014) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadan atau ketidakesepadan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan

pengorbanan yang dilakukan. Berdasarkan latar belakang permasalahan ini maka peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh atmosphere, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu penulisan skripsi ini peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Atmosphere* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Wood Stairs Cafe* Bandar Lampung”** .

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Subyek penelitian ini adalah pembeli di Wood Stairs Cafe Bandar Lampung
2. Objek penelitian ini adalah suasana kedai kopi (atmosphere) dan kepuasan pembelian di Wood Stairs Cafe Bandar Lampung
3. Tempat Penelitian Berlokasi di Jl. Urip Soemoharjo No.204, Wayhalim, Bandar Lampung.
4. Waktu penelitian di lakukan pada bulan Juni 2018
5. Ruang lingkup ilmu penelitian dalam penelitian ini adalah manajemen pemasaran mengenai kepuasan pembelian konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang tertulis diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wood Stairs Cafe Bandar Lampung?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wood Stairs Cafe Bandar Lampung?
3. Apakah *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wood Stairs Cafe Bandar Lampung?

1.4 Tujuan penelitian

Bedasarkan rumus masalah yang ada , maka penulis melakukan penelitian ini tujuan untuk :

1. Untuk mengetahui apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wood Stairs Cafe Bandar lampung
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wood Stairs Cafe Bandar lampung.
3. Untuk mengetahui apakah *Store Atmosphere* dan Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wood Stairs Cafe Bandar lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang akan di lakukan adalah :

1. Manfaat Bagi Perusahaan
Penelitian ini berguna untuk memberika saran dan masukan guna untuk peningkatan kualitas suasana kedai kopi (atmosphere) sehingga dapat di jadikan evaluasi kinerja,dan menjadi pertimbangan strategi untuk meningkatkan kinerja di masa yang akan datang.
2. Manfaat Bagi Penulis
Dengan penelitian ini di harapkan dapat mengembangkan kemampuan penulis yang diperoleh selama perkuliahan dan dapat menambah dan memperkaya wawasan dalam penerapan ilmu pemasaran manajemen , serta pengetahuan penulis mengenai suasana kedai kopi (atmosphere) yang mempengaruhi kepuasan pembelian konsumen.
3. Manfaat Bagi Pembaca
Penelitian ini dijadikan sebagai sumbangan untu pembaca dan pihak lain sebagai bahan informasi dan bahan refrensi serta untuk rujukan untuk penelitian berikutnya atau mahasiswa jurusan manajemen khususnya tentang kepuasan pembelian.

4. Bagi Institusi

Sebagai masukan pada pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama mengenai masalah Suasana toko (*Store Atmosphere*), kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan landasan teori tentang konsep dasar tentang atmosphere, kualitas produk dan kepuasan konsumen, Kerangka Pemikiran disertai dengan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan tentang jenis Penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis data, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai Pengaruh *Atmosphere* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Wood Stairs Café* Bandar Lampung.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN