

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan bisnis salah satunya ditentukan oleh kemampuan memahami pesaing. Output dari kemampuan tersebut, menopang manajemen dalam memutuskan dimana akan bersaing dan bagaimana posisi diantara pesaing. Dizaman sekarang yang sangat moderen dan teknologi yang canggih, banyak sekali orang-orang yang berlomba-lomba untuk memunculkan berbagai produk, jasa, makanan dan lain-lain. Menurut peneltian (Mega Silvia Ransulangi, SilvyMandey, Williem A. Tumbuan, 2015), Pengaruh gaya hidup pada zaman moderen ini berdampak besar kepada kehidupan masyarakat. Salah satu contoh gaya hidup instan masyarakat, yang terwujud dalam kuliner. Gaya hidup yang modern sudah berdampak dalam kuliner, yang banyak sekali makanan cepat saji.

Seiring majunya zaman dan teknologi, masyarakat untuk saat ini menghadapi perubahan gaya hidup. Salah satu gaya modern yang kebiasaan berkumpul dan kelompok masyarakat tertentu yang berkumpul dicafe atau direstoran. Gaya hidup seperti ini karakter orang indonesia yang suka berkumpul. Untuk saat ini gaya hidup yang sudah moderen dan teknologi yang sudah sangat pesat maju, banyak sekali para konsumen mencari tempat untuk berkumpul disuatu tempat untuk mencari kenyamanan dan kebersamaan, oleh karena itu para pembisnis membuka tempat seperti cafe, restoran, yang menarik dan nyaman untuk konsumen. Dimana pembisnis untuk saat ini banyak sekali membuka

tempat restoran dan cafe, karena dizaman yang moderen dan gaya hidup kebanyakan orang Indonesia berkumpul. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, (Kotler,2009:19). Oleh sebab itu café dan restoran banyak sekali memunculkan inovasi-inovasi dalam bidang makanan dan minuman, serta tema tema yang unik untuk menarik minat beli konsumen.

Kepuasan adalah perasaan dari konsumen yang muncul senang serta kecewa yang muncul, dengan membandingkan kinerja yang dipersepsikan hasil produk dan jasa terhadap ekspetasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspetasi pelanggan akan puas, dan jika kinerja tidak sesuai ekspetasi pelanggan tidak puas, serta jika kinerja melebihi ekspetasi pelanggan akan sangat puas dan senang, Kotler dan Keller (2009:138). Terbentuknya nilai kepuasan konsumen adalah dapat memberikan nilai yang baik bagi perusahaan yang sudah membuat produk dan jasa, dimana konsumen akan kembali menggunakan kembali produk dan jasa tersebut.

Memuaskan konsumen adalah keinginan bagi setiap perusahaan dimana dalam memuaskan konsumen dapat juga meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang sudah senang dan puas terhadap produk dan jasa, cenderung akan membeli produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Oleh karena itu pada dasarnya tujuan dari berbisnis itu adalah untuk menciptakan nilai kepuasan dari produk dan jasa yang sudah dihasilkan.

Servicescape adalah lingkungan fisik dimana jasa yang diberikan dapat mempengaruhi baik pelanggan ataupun pegawai. Restoran dan café merupakan salah satu bentuk usaha dalam bidang jasa, karena jasa bersifat intangible, maka perusahaan harus menunjukkan bukti fisik (*physical evidence*) yang dapat menarik konsumen pada produk jasanya agar memudahkan konsumen dalam mengevaluasi produk dan jasa yang akan mereka pilih. Hal ini dapat dijadikan salah satu strategi perusahaan agar mereka dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Menciptakan suatu ketertarikan konsumen terhadap produk dan jasa dapat dilakukan dengan membentuk suatu fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) yang merupakan bagian dari bukti fisik (*physical evidence*) yang akan membuat konsumen tertarik, Dalam berbisnis restoran dan café, *servicescape* sendiri meliputi ruangan, tempat duduk dan meja, daftar menu, tanda petunjuk, penerangan ruangan, sirkulasi udara, peralatan makan, Lovelock & Wirtz (2011:277).

Tujuan konsumen untuk mengunjungi restoran dan café bukanlah untuk mengisi perut mereka makan dan minum, tetapi ingin menikmati suasana dari tempat makan restoran dan café tersebut. Bahkan banyak yang berkunjung ke sebuah restoran dan café bukanlah untuk makan dan minum, tetapi untuk sekedar berkumpul dan bersosialisai. Tidak hanya menyediakan makanan dan minum yang menarik, namun juga mereka mulai berlomba-lomba dalam merancang interior dan eksterior bangunan dengan menarik serta unik dan membuat nyaman mungkin sesuai tema yang diusung, agar dapat menarik

perhatian konsumen untuk membuat mereka merasa puas dan nyaman, sehingga terciptanya nilai yang baik dari konsumen.

Disetiap restoran dan cafe kualitas pelayanan adalah faktor utama, dan juga terkadang disetiap restoran dan café ada yang kurang dalam kualitas pelayanan, dan itu dampak nyak akan menjadi nilai negatif pada restoran dan café tersebut. Dimana kualitas pelayanan tersebut ialah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dan dapat juga diketahui bahwa para konsumen dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas kualitas pelayanan, yang diinginkan terhadap atribut-atribut perusahaan serta memperoleh pelayanan yang mereka harapkan. Jika jasa yang mereka terima dan kualitas yang dirasakan sesuai keinginan maka kualitas pelayanan tersebut baik dan memuaskan bagi konsumen tersebut, serta kembali datang ketempat tersebut. Dimana konsumen untuk saat ini sangat teliti dalam memilih tempat restoran dan café, dimana konsumen tersebut akan melihat kualitas pelayanan dari pegawai tersebut dilihat sifat baik, sopan, dan ramah, serta cepat tanggap dalam kebutuhan dan keinginan konsumen, hal tersebut akan membuat konsumen merasa nyaman dan puas atas kualitas pelayanan dari restoran dan café.

Para pengusaha restoran dan café Kota Sukabumi semakin banyak, dalam 4 tahun rerakhir restoran dan café Kota Sukabumi sungguh banyak diminati oleh warga Kota Sukabumi.

Tabel 1.1 Data Restoran & Rumah Makan Kota Sukabumi

KOTA SUKABUMI	2013	2014	2015	2016
RESTORAN/RUMAH MAKAN	72	65	65	65

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sukabumi

Oleh sebab itu Kota Sukabumi sudah termasuk Kota yang maju dan gaya hidup yang sudah trend dan juga penikmat kuliner-kuliner. Pengusaha restoran dan café akan belomba-lomba untuk meningkatkan nilai yang baik terhadap konsumen, untuk kita lihat Kota Sukabumi ditahun 2016 sudah 65 restoran dan rumah makan yang sudah menjalankan bisnisnya.

CV. Maju Ungu merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang ada di Sukabumi dengan nomor SIUP: 503/295/PK/VIII/DPMPPTSP/2018. CV.Maju Ungu berdiri sejak 2007 di Kota Sukabumi. Dimana CV.Maju ungu membuka restoran yang bernama Restoran Mamih Ungu, produk yang ditawarkan oleh Restoran Mamih Ungu berupa makanan, yang dimana produk makanan Restoran Mamih Ungu mempunyai ciri khas makanan dengan Nasi Ungu, yang beda dengan nasi biasanya.

Tabel 1.2 Data Pra Kuesioner Penelitian 20 Orang Responden Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Mamih Ungu

PERNYATAAN	SP	P	R	TP	STP
Saya makan di Restoran Mamih Ungu karena makanan yang dihidangkan sesuai dengan harapan saya	6	14	-	-	-
Saya makan di Restoran Mamih Ungu karena pelayanan penunjang yang diberikan	8	10	2	-	-
Saya makan di Restoran Mamih	4	7	5	4	-

Ungu karena fasilitas yang diberikan					
Saya berminat berkunjung kembali di Restoran Mamih Ungu karena pelayanan yang diberikan	8	10	2	-	-
Saya akan merekomendasikan Restoran Mamih Ungu kepada kerabat atau teman saya karena pelayanan yang diberikan.	8	12	-	-	-

Sumber Data : Restoran Mamih Ungu 2018

Berdasarkan Penjajakan peneliti dengan melakukan wawancara dan menyebarkan pra kuesioner kepada 20 orang konsumen Restoran Mamih Ungu, menemukan adanya permasalahan pada kepuasan konsumen, yaitu Kesesuaian Harapan dimana fasilitas yang diberikan tidak sesuai yang diharapkan. Dimana Permasalahan tersebut didukung dengan data pada pra kuesioner yang sudah disebarkan kepada konsumen Restoran Mamih Ungu.

Permasalahan tersebut diatas disebabkan oleh *Servicescape* yaitu kurang timbul perhatian restoran pada kondisi lingkungan sekitar seperti dari kebersihan dilingkungan restoran, yang dimana konsumen tidak sesuai diharapkan. Adapun penyebab lain disebabkan oleh Kualitas Pelayanan yaitu kurangnya cekatan karyawan dalam melayani kebutuhan pesanan konsumen, yang berdampak pada kepuasan konsumen Restoran Mamih Ungu.

Berdasarkan pada latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“KEKUATAN *SERVICESC*CAPE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV.MAJU UNGU KOTA SUKABUMI”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Penjajakan peneliti dengan melakukan wawancara dan menyebarkan pra kuesioner kepada 20 orang konsumen Restoran Mamih Ungu, menemukan adanya permasalahan pada kepuasan konsumen, yaitu Kesesuaian Harapan dimana fasilitas yang diberikan tidak sesuai yang diharapkan. Dimana Permasalahan tersebut didukung dengan data pada pra kuesioner yang sudah disebarkan kepada konsumen Restoran Mamih Ungu.

Permasalahan tersebut diatas disebabkan oleh *Servicescape* yaitu kurang timbul perhatian restoran pada kondisi lingkungan sekitar seperti dari kebersihan dilingkungan restoran, yang dimana konsumen tidak sesuai diharapkan. Adapun penyebab lain disebabkan oleh Kualitas Pelayanan yaitu kurangnya cekatan karyawan dalam melayani kebutuhan pesanan konsumen, yang berdampak pada kepuasan konsumen Restoran Mamih Ungu.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1.2.2.1 Bagaimana gambaran *Servicescape*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada CV. Maju Ungu Kota Sukabumi?

1.2.2.2 Bagaimana pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Maju Ungu Kota Sukabumi?

1.2.2.3 Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Maju Ungu Kota Sukabumi?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan sehingga permasalahan yang dijabarkan di atas bisa dijadikan langkah-langkah untuk melakukan suatu penelitian. Selain itu, tujuan penelitian ini yaitu:

1.3.1.1 Untuk mengetahui bagaimana Gambaran *Servicescape*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada CV. Maju Ungu Kota Sukabumi?

1.3.1.2 Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Maju Ungu Kota Sukabumi?

1.3.1.3 Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Maju Ungu Kota Sukabumi?

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Dari penelitian diatas, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi masukan bagi ilmu pengetahuan serta adanya gambaran untuk mengembangkan ilmu manajemen pemasaran khususnya perilaku konsumen berdasarkan teori-teori yang ada, yang dalam hal ini berkenaan dengan *servicescape*, kualitas Pelayanan,

dan kepuasan konsumen. Penelitian ini juga dilakukan sebagai salah satu penerapan ilmu yang diperoleh pada program studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan selain berguna bagi peneliti, juga dapat berguna bagi pihak lain seperti perusahaan dan pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.2.2.1 Bagi Peneliti

Menambah wawasan peneliti mengenai penilain *servicescape* dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen yang berguna dalam bidang administrasi bisnis pada umumnya dan bidang perilaku konsumen pada khususnya yang diharapkan dan dilaksanakan baik dan benar.

1.3.2.2.2 Bagi Perusahaan

Diharapkan menjadi dapat menjadi pertimbangan evaluasi dalam peningkatan strategi pemasaran khususnya dalam perancangan lingkungan fisik atau *servicescape* dan kualitas pelayanan yang ingin dilakukan dimasa yang akan datang guna meningkatkan kepuasan konsumen.

1.3.2.2.3 Bagi Pihak Lain

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi,dalam bahan kajian dan deskripsi bagi mahasiswa dalam mengadakan penelitian yang serupa,disamping itu semoga dapat memberikan informasi,wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai perilaku konsumen.

1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.4.1 Lokasi

Penelitian dilaksanakan pada Restoran Mamih Ungu Kota Sukabumi yang berlokasi di Jl. Brawijaya No.16, Sriwidari, Gn. Puyuh, Kota Sukabumi, Jawa Barat 12160.

1.4.2 Lamanya Penelitian

Penelitian rencananya dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih sekitar 8 bulan terhitung dari bulan November 2018 Hingga Juli 2019. Sampai saat ini masih dalam tahap pengumpulan data. Berikut jadwal pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

