

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam berbagai bidang, tidak terkecuali dalam bidang bisnis. Bisnis merupakan salah satu peluang tinggi yang dapat digunakan oleh seseorang, sekelompok orang ataupun perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini mengakibatkan meningkatnya persaingan antar perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya. Dari berbagai macam jenis bisnis yang sedang berkembang salah satunya adalah bisnis kuliner dimana usaha atau bisnis jenis ini merupakan satu dari sekian banyak bisnis yang sedang berkembang di Indonesia.

Hal ini disebabkan karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi sehingga bisnis makanan menjadi peluang yang cukup menjanjikan bagi perusahaan untuk mendirikan bisnis kuliner. Sehingga banyak perusahaan-perusahaan yang sudah mendirikan bisnis kuliner dengan ciri khasnya masing-masing dan memiliki daya tarik sendiri untuk menarik para konsumen mencoba berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas dari bisnisnya.

Kondisi ini mempengaruhi perusahaan untuk melakukan perubahan dalam berinovasi serta menyusun strategi pemasaran agar perusahaan dapat menangani persaingan yang terjadi salah satunya adalah dengan memiliki keunggulan pemasaran dari pesaing lainnya. Kegiatan pemasaran kuliner

tersebut memiliki peranan sangat penting dalam kegiatan usaha, mengingat orientasinya adalah dalam memberikan kualitas *value* kepada konsumen karena strategi pemasaran akan mengambil peran penting untuk menarik para konsumen agar tertarik terhadap bisnis kuliner itu sendiri.

Sehubungan dengan hal tersebut, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi ketertarikan para konsumen atau pelanggan yakni atmosfer, kualitas layanan dan harga pada bisnis kuliner tersebut dimana atmosfer dalam sebuah bisnis kuliner dapat mempengaruhi emosi atau perasaan konsumen sehingga dapat menyebabkan proses pembelian yang pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut tidak terlepas dari persepsi dari para pelanggan dalam menilai suatu layanan pada bisnis kuliner tersebut dimana persepsi merupakan suatu proses yang berhubungan dengan hasil berupa pesan atau informasi yang diterima oleh manusia sehingga manusia tersebut diharapkan dapat mengadakan hubungan secara intensif dengan lingkungannya. Persepsi pelanggan tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi kepuasannya dalam mengkonsumsi beberapa menu yang ditawarkan dari bisnis tersebut (Slameto, 2010).

Selanjutnya kualitas layanan merupakan pemenuhan kebutuhan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya dalam rangka mengimbangi harapan dari pelanggan. Sehingga terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sehingga dua faktor tersebut akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Sedangkan harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan / atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas tersebut merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu selanjutnya dapat berujung pada penciptaan kepuasan pelanggan. Harga yang ditetapkan oleh suatu bisnis kuliner juga berdampak pada persepsi para pelanggan dimana para pelanggan akan memberikan pandangan tertentu pada kuantitas dan kualitas dari harga tersebut terkait dengan kepuasan para pelanggan terhadap harga yang telah ditentukan sebelumnya (Slameto, 2010).

Salah satu lokasi dari bisnis kuliner yang diketahui memiliki peluang besar untuk berkembang pesat adalah di Yogyakarta karena Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar dan kota wisata yang ditandai dengan banyaknya pelajar yang datang dari Sabang sampai Merauke bahkan dari luar negeri untuk menimba ilmu di kota Yogyakarta . Yogyakarta juga disebut sebagai kota wisata karena memiliki banyak objek wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan. Banyaknya pelajar dan wisatawan yang datang dari berbagai daerah tersebut membuat peluang besar bagi masyarakat kota Yogyakarta untuk mendirikan bisnis kuliner.

Terkait dengan hal tersebut, peneliti akan meneliti tentang kepuasan pelanggan di lokasi bisnis kuliner dimana peneliti menggabungkan dua judul penelitian sebelumnya yang terkait dengan aspek-aspek sebagai faktor penentu kepuasan pelanggan sehingga penelitian ini merupakan penelitian modifikasi.

Penelitian pertama yang dijadikan acuan adalah penelitian oleh Brilly Listyan Pratama Putra (2018) mengambil lokasi penelitian di Royag Cafe Surabaya dengan variabel independen yakni Kualitas Layanan, Harga dan variabel dependen yakni Loyalitas, Kepuasan. penelitian kedua adalah penelitian oleh Harianto dan Subagio (2013) yang mengambil lokasi penelitian di Kedai Deja-vu Surabaya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan, *Brand Image*, Atmosfer dan variabel dependen adalah Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen.

Selanjutnya penelitian ketiga adalah penelitian oleh Pamela, Sepang dan Adare (2015) penelitian ini mengambil lokasi di Manado, Sulawesi utara. Namun peneliti akan berfokus pada variabel independen dengan menggabungkan ketiga variabel independen dari penelitian sebelumnya yang juga akan dilakukan di lokasi kuliner yakni *Secret Garden Coffee and Chocolate*.

Penelitian ini mengambil lokasi di *Secret Garden Coffee and Chocolate* karena lokasi tersebut merupakan salah satu tempat wisata kuliner yang dikunjungi oleh para konsumen atau pelanggan yang mana peneliti berasumsi bahwa variabel independen seperti atmosfer, persepsi kualitas layanan, dan persepsi harga akan mempengaruhi kepuasan dari pelanggan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* yang mana lokasi tersebut merupakan lokasi kuliner dalam bentuk cafe.

Cafe merupakan tempat yang menyediakan menu berupa makanan dan minuman yang menyerupai menu restoran dengan menyediakan fasilitas

hiburan alunan musik Narita, dkk (2017). Banyak pengusaha melirik bisnis cafe dikarenakan cafe memiliki daya tarik tersendiri terkait dengan keuntungan dan peluangnya yang besar. Dari banyaknya cafe di Yogyakarta, salah satunya adalah *Secret Garden Coffee and Chocolate* yang berlokasi di Jalan Amri Yahya Nomor 2 kota Yogyakarta. Café ini dibangun sejak tanggal 28 September 2014 dengan mengusung tema yang cukup unik yaitu dengan desain *garden* atau taman ditengah kota dengan situasi yang tenang, asri dan nyaman untuk menghabiskan waktu bersama kerabat. Cafe ini hampir setengah lahannya memiliki taman yang hijau dan dihiasi dengan berbagai macam bunga. Pada malam hari café ini di hiasi lampu berwarna kuning yang terlihat indah dengan dukungan warna dinding yang mendominasi warna putih sehingga diharapkan dapat menarik pengunjung atau pelanggan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi ketertarikan atau kepuasan pelanggan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* adalah atmosfer atau situasi interior dan eksterior dari cafe. Menurut Utami (2010) atmosfer merupakan suatu desain atau rancangan pada lingkungan usaha dalam rangka untuk mempengaruhi para pelanggan melalui teknik komunikasi visual, pencahayaan, musik, warna dan wangi-wangian. Merujuk pada pernyataan Utami tersebut, *Secret Garden Coffee and Chocolate* seharusnya memperhatikan aspek atmosfer untuk meningkatkan jumlah pelanggan dari waktu ke waktu.

Secret Garden Coffee and Chocolate tentunya akan dapat menarik pelanggan apabila manager cafe tersebut juga memperhatikan kualitas layanan sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung atau konsumen dimana

kualitas layanan merupakan kemampuan individu atau sekelompok orang dalam melaksanakan fungsi dan perannya meliputi berbagai aspek seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian serta perbaikan atribut dalam bentuk *tampilan* yang bersifat intangible secara terikat maupun tidak terikat dengan produk fisik Kotler dan Keller (2016).

Strategi pemasaran yang harus diselenggarakan oleh *Secret Garden Coffee and Chocolate* selain kualitas layanan dan atmosfer juga harus memperhatikan standarisasi harga untuk lebih meningkatkan jumlah pelanggan atau konsumen. Harga merupakan interaksi nilai dari pengusaha barang atau jasa yang diberikan kepada konsumen melalui kegiatan tawar menawar untuk menentukan efektifitas dari elemen tujuan usaha Sudaryono (2016).

Harga secara tidak langsung juga akan mempengaruhi ketertarikan para pelanggan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* dimana cafe ini diketahui menawarkan harga tertentu pada jenis menu yang disediakan. Harga tersebut berkisar antara Rp.5.000 hingga Rp.25.000 untuk menu minuman dan Rp.13.000 hingga Rp.65.000 untuk menu makanan dengan jam operasional antara pukul 17.00 WIB hingga pukul 24.00 WIB yang dikunjungi oleh pelajar hingga umum. Sehubungan dengan hal tersebut, penawaran harga dari setiap menu serta kualitas layanan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di cafe tersebut.

Tingkat Kepuasan pelanggan menurut Sembiring (2014), merupakan tingkatan suatu perasaan yang mendiskripsikan rasa senang atau tidak senang

dari pelanggan yang muncul karena suatu aktivitas setelah membandingkan kinerja dari pemberi kepuasan menurut ekspektasi pelanggan tersebut. Sedangkan menurut Bailia, dkk (2014) tingkat kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran atau indikator terkait dengan keberhasilan suatu bidang usaha sehubungan dengan kelangsungan dari usaha tersebut. Sehingga pelanggan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* secara tidak langsung akan mengekspetasikan kepuasannya terkait dengan kualitas layanan serta tawaran harga di cafe tersebut.

Peneliti telah melakukan *survei* sebelumnya di *Secret Garden Coffee And Chocolate* dimana peneliti melihat bahwa jumlah pengunjung atau pelanggan di cafe tersebut hanya berkisar antara 40 hingga 50 pengunjung dalam kisaran waktu 7 jam yakni pada jam operasional dan pada hari libur jumlah pengunjung juga hanya berkisar antara 40 hingga 50 pengunjung. Hal ini bertolak belakang dengan situasi dan kondisi *Secret Garden Coffee And Chocolate* yang sengaja di desain semenarik mungkin untuk menciptakan kenyamanan dalam rangka menarik para pelanggan agar mencapai jumlah yang makin meningkat setiap waktu. Penelitian ini pada hal tersebut dipengaruhi oleh kualitas layanan serta harga yang ditawarkan oleh manajemen *Secret Garden Coffee And Chocolate*.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik “PENGARUH ATMOSFER, PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI

HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *SECRET GARDEN COFFEE AND CHOCOLATE* DI YOGYAKARTA ” .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian adalah :

1. Apakah atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta ?
2. Apakah atmosfer berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta ?
3. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta ?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh atmosfer terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta.

3. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini memberi kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis.

Penelitian tentang pengaruh atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta memiliki manfaat praktik yakni memberikan masukan bagi manajemen *Secret Garden Coffee and Chocolate* untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Teoritis.

Penelitian tentang pengaruh atmosfer, persepsi kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di *Secret Garden Coffee and Chocolate* di Yogyakarta memiliki manfaat teoritis yakni sebagai referensi tambahan dalam rangka meningkatkan mutu teori manajemen pemasaran jasa dan Sumber Daya Manusia serta teori perilaku konsumen terkait dengan hasil penelitian ini.