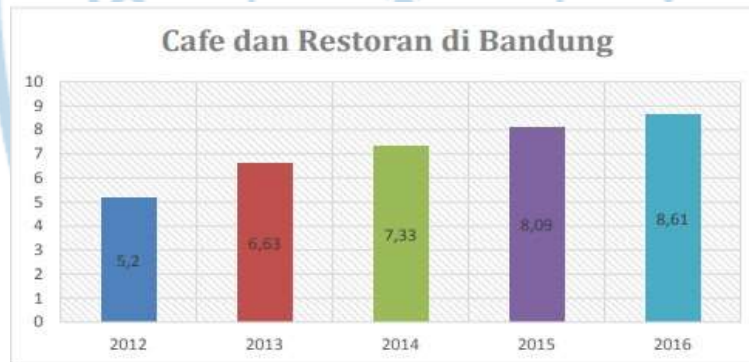


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki banyak tempat wisata termasuk kuliner. Kota Bandung yang dari tahun ke tahun nya melahirkan banyak wisata-wisata kuliner seperti; café dan restoran. Cafe dan restoran di Kota Bandung selalu mengalami pertumbuhan yang signifikan. Dapat dilihat dari data di bawah ini.



**Gambar 1.1**  
**Perkembangan Resto Dan Café Di Bandung**

Sumber: Dinas Tata Ruang Kota Bandung (DISTARCIP, 2017)

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kota Bandung adalah kota dengan tempat wisata kuliner yang dari tahun ketahun nya (2012-2016) semakin meningkat, di tahun 2012 café dan restoran di bandung

menduduki angka 5,2% sedangkan 2016 mencapai angka di 8,61%. Hal ini membuktikan bahwa bisnis kuliner adalah suatu bisnis yang memiliki peluang yang sangat menarik untuk dijalankan karena banyak diminati oleh warga kota Bandung.

Namun sayangnya, semakin banyak tempat kuliner di kota Bandung ini, membuat para usahawan dituntut lebih cerdas dalam menarik perhatian pelanggan. Setiap perusahaan dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi, sehingga para usahawan harus memiliki ide-ide maupun inovasi yang unik untuk menarik perhatian para konsumen juga untuk bisa memberikan kepuasan bagi konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik. Sayangnya tidak semua bisa memberikan kepuasan bagi konsumennya, terdapat banyak faktor dan kendala untuk bisa mencapai kepuasan konsumen tersebut.

Kepuasan konsumen/pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh konsumen/pelanggan. Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan kunci keberhasilan perusahaan sebenarnya sangat tergantung kepada suksesnya perusahaan dalam memuaskan kebutuhan pelanggannya. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjajikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih banyak dari apa yang telah mereka janjikan.

Kepuasan pelanggan juga dapat dimaksud yaitu respon atau tanggapan yang diberikan para konsumen setelah terpenuhinya kebutuhan mereka akan sebuah produk ataupun jasa, sehingga para konsumen memperoleh rasa nyaman dan senang

karena harapannya telah terpenuhi. Selain itu kepuasan pelanggan juga sering dijadikan sebagai salah satu tujuan utama strategi pemasaran bisnis, baik bisnis yang yang dijalankan dengan memproduksi barang maupun bisnis jasa.

Keberhasilan strategi pemasaran suatu usaha dapat dicapai jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi. Namun untuk memperoleh kepuasan pelanggan tidaklah mudah, karena tiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda walaupun membutuhkan produk yang sama. Proses pemenuhan kepuasan pelanggan tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja, namun juga membutuhkan adanya sistem pelayanan yang mendukung, sehingga para pelanggan akan merasa dengan produk atau jasa yang dibutuhkan, serta nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut Kotler (2012) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Dengan begitu maka dapat di tarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah salah satu faktor penentu bagi keberhasilan dari bisnis itu sendiri. Dengan semakin banyaknya pesaing membuat pengusaha kafe harus berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya, contohnya seperti menerapkan tema atau menu-menu yang unik dan khas. Semua hal itu di lakukan untuk kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen di dalam dunia kuliner menjadi bagian paling penting yang harus di perhatikan demi kemajuan dari bisnis itu sendiri.

Terdapat beberapa faktor yang bisa diperhatikan untuk dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Diantaranya adalah Kualitas Makanan dan Lingkungan Fisik, dan Brand Attitude dari usaha kuliner tersebut.

Kualitas makanan merupakan bagian utama dari kualitas produk dari sebuah kafe. Menurut Kotler (2003, p.25), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam bidang usaha restoran, produk cenderung tertuju pada makanan sebagai produk utama yang disajikan kepada konsumen.

Sementara, Lingkungan fisik adalah berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai dan material yang dipasang. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen dan pelanggan, karena hal itu penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan yang di berikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Hal tersebut meliputi lingkungan fisik seperti gedung, *interior*, peralatan dan perlengkapan pendukung, penampilan personil yang rapi dan menarik saat memberikan jasa.

Sementara, Brand Attitude merupakan penilaian konsumen terhadap sikap dan perilaku simpatik, jujur, konsisten dengan janji dan realitas, pelayanan yang baik dan kepedulian terhadap lingkungan serta masyarakat luas membentuk persepsi yang baik pula terhadap sikap dan perilaku perusahaan tersebut. Jadi brand attitude sangat penting dalam hal perilaku karyawan dan pemilik merek yang mencakup

sikap dan perilaku komunikasi, aktivitas dan atribut yang melekat pada merek saat berhubungan dengan khalayak konsumen.

Berbagai fakta tersebut, membuat peneliti tertarik untuk dapat meneliti mengenai “ Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Lingkungan Fisik, dan Brand Attitude Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus Diskus Café ).

### **1.2.Rumusan Masalah**

Sebagaimana yang telah di kemukakan, bahwa dalam dunia usaha kuliner di Bandung sangat banyak persaingan. Maka dari itu, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Diskus cafe ?
2. Apakah ada pengaruh Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan di Diskus Cafe?
3. Apakah ada pengaruh Brand Attitude terhadap Kepuasan Pelanggan di Diskus Café?

### **1.3.Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Menganalisis apakah ada pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Diskus Café

2. Menganalisis apakah ada pengaruh Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan di Diskus Café
3. Menganalisis apakah ada pengaruh Brand Attitude terhadap Kepuasan Pelanggan di Diskus Café?

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Akademisi**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi dan referensi dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya dengan mengangkat tema yang sama.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan evaluasi atau pemecahan masalah perusahaan agar layanan perusahaan dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi.

##### **3. Bagi Peneliti selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh kualitas makanan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan di Diskus Café.