BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berbagai *Resto Cafe* sangat banyak tersedia dengan menawarkan berbagai macam keunggulan atau keunikan dari *Resto Cafe* tersebut. Keunikan yang ditawarkan pun beraneka ragam, mulai dari jenis makanan, tempat dengan suasana/nuansa yang berbeda dan didukung dengan lokasi yang cukup mudah untuk dijangkau. Tentu hal tersebut dapat menarik para pengunjung untuk datang ke *Resto Cafe* tersebut. Definisi *Resto Cafe* sendiri adalah suatu tempat yang menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dengan tempat yang menarik, sehingga pengunjung betah berlama-lama menikmati.

Saat ini *Resto Cafe* sudah merupakan *life style* tersendiri. Kebutuhan akan *life style* tersebut yang mendorong semakin banyaknya tempat *Resto Cafe* baru yang hadir untuk bersaing agar mendapatkan pengunjung sebanyak-banyaknya. Berbagai cara pun dilakukan agar dapat menarik konsumen sebanyak mungkin, dan salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan terbaik. Dari sekian banyak tempat makan yang berlokasi di kota Bandung, Atmosphere Resto Cafe adalah salah satunya.

Berdasarkan pada konsep yang ditawarkan oleh Atmosphere Resto Cafe Ternyata Atmosphere Resto Cafe belum dapat mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan adanya persaingan dengan *Resto Cafe* lain dan dikarenakan Atmosphere belum mengetahui persepsi konsumen terhadap konsep yang ditawarkan oleh pihak Atmosphere. Melihat permasalahan diatas maka penulis tertarik mengambil topik “Analisis Perbandingan Persepsi Kualitas (Studi kasus pada Atmosphere Resto Cafe)”. Untuk mengetahui sejauh mana persepsi konsumen/masyarakat akan Atmosphere Resto Cafe dengan *Resto Cafe* lain yang ada di kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada 30 orang responden yang telah mencoba sebagian besar *Resto Cafe* yang ada di Kota Bandung, dan diketahui permasalahan yang dihadapi oleh Atmosphere Resto Cafe adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan yang disebarakan menunjukkan hasil bahwa Resto Cafe yang pertama kali diingat (*Top Of Mind*) adalah The Valley. Dan Atmosphere Resto Cafe masih kurang diingat oleh para responden sebagai *Resto Cafe* yang pertama kali diingat.

Tabel 1.1
Top Of Mind Resto Cafe

No.	Jawaban	Total Responden	Persentase (%)
1	The Valley	10	33.33
2	Kampung Daun	7	23.33
3	Stone Cafe	6	20.00
4	Atmosphere	3	10.00
5	Café Halaman	2	6.67
6	Sapu Lidi	1	3.33
7	The Peak	1	3.33
TOTAL		30	100.00

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2007

2. Dari hasil penyebaran kuesioner pendahuluan menunjukkan bahwa *Resto Cafe* yang di ingat setelah *Top Of Mind* adalah The View. Dari hasil tersebut semakin membuktikan bahwa Atmosphere Resto Cafe masih kurang di ingat oleh sebagian besar para responden.

Tabel 1.2
Brand Recall Resto Cafe

No.	Jawaban	Total Jawaban	Persentase (%)
1	The View	18	25.71
2	Café Halaman	11	15.71
3	Tomodachi	9	12.86
4	Rumah Nenek	9	12.86
5	Callista	8	11.43
6	Atmosphere	6	8.57
7	Café Tamani	3	4.29
8	The Cellar	2	2.86
9	Cabe rawit	2	2.86
10	Sierra	1	1.43
11	Nyonya Rumah	1	1.43
TOTAL		70	100.00

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2007

3. Hasil kuesioner pendahuluan menunjukkan bahwa sebanyak 86.67% para responden menyatakan bahwa para responden akan berpindah *Resto Cafe* untuk waktu yang akan datang. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya Atmosphere Resto Cafe masih bisa bersaing asal persepsi atas Atmosphere Resto Cafe dapat lebih ditingkatkan.

Tabel 1.3
Costumer Loyalty Resto Cafe

No.	Jawaban	Total Responden	Persentase (%)
1	Akan Berpindah	26	86.67
2	Tidak Akan Berpindah	4	13.33
TOTAL		30	100.00

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2007

4. Sebagian besar para responden pada kuesioner pendahuluan menjawab bahwa mereka mengenal Atmosphere Resto Cafe dari teman atau keluarga. Sedangkan melalui media lain yang digunakan untuk promosi seperti

melalui *leaflet* masih kurang diketahui. Oleh karena itu Atmosphere Resto Cafe perlu menggunakan media lain agar lebih dikenal oleh konsumennya.

Tabel 1.4
Media Yang Digunakan Untuk Mengetahui Atmosphere Resto Cafe

No.	Jawaban	Total Responden	Persentase (%)
1	Media Massa (Koran,Majalah)	0	0.00
2	Poster	0	0.00
3	Leaflet	4	13.33
4	Teman atau Keluarga	26	86.67
5	Iklan di Radio	0	0.00
TOTAL		30	100.00

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2007

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian yang dilakukan pada Atmosphere Resto Cafe yang beralamat di Jalan Lengkong Raya no.97 Bandung. Penelitian dilakukan dengan membandingkan pelayanan yang diberikan Atmosphere Resto Cafe dengan *Resto Cafe* lain The View, Kampung Daun, dan Stone Cafe. Alasan yang digunakan dalam pemilihan pesaing tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan pihak atmosphere adalah dimana Atmosphere sendiri memiliki konsep awal yang menawarkan suasana yang nyaman dan bersifat natural tetapi berada ditengah kota. Oleh karena itu pemilihan pesaing didasarkan pada resto cafe, dalam hal ini The View, Kampung Daun, dan Stone Cafe yang memiliki konsep yang sama dengan Atmosphere.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah diatas maka diperoleh perumusan masalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Atmosphere Resto Cafe?

2. Bagaimana perbandingan tingkat *Perceived Quality* antara Atmosphere dengan *Resto Cafe* lain?
3. Usulan apa yang dapat diberikan kepada Atmosphere Resto Cafe untuk menentukan prioritas perbaikan tersebut, sehingga dapat mempertahankan konsumen serta menarik konsumen yang baru?

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa hal yang menjadi harapan dan tujuan penelitian ini, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap Atmosphere Resto Cafe
2. Untuk mengetahui bagaimana perbandingan tingkat *Perceived Quality* antara Atmosphere dengan *Resto Cafe* lainnya
3. Membantu untuk memberikan usulan kepada Atmosphere Resto Cafe, untuk menentukan prioritas perbaikan tersebut, sehingga dapat mempertahankan konsumen serta menarik konsumen yang baru

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada Bab 1 pendahuluan ini berisi dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan untuk menjelaskan urutan proses penyelesaian tulisan ini.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Pada bab 2 landasan teori ini berisi mengenai teori-teori apa yang akan digunakan untuk mendukung penelitian ini.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisi mengenai langkah-langkah (*Flow Chart*) penelitian yang sistematis yang dilakukan dalam penyelesaian penelitian ini dari awal hingga akhir.

BAB 4 : PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini berisi mengenai proses pengumpulan data-data yang diperlukan seperti data-data perusahaan yang diteliti dan juga data-data dari responden, serta data-data lain yang diperlukan dalam penelitian ini.

BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab pengolahan data dan analisis berisi mengenai proses pengolahan dari data-data yang diperoleh dari bab sebelumnya, kemudian menganalisis hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan.

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 6 ini berisi mengenai kesimpulan dari seluruh proses penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk perbaikan lebih lanjut.