

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia sebagai kota besar yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasinya semakin cepat. Hal ini menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan ketat dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus menerus berimprovisasi dan berinovasi dalam mempertahankan pelanggan. Kota Bandung yang oleh masyarakat luas dikenal sebagai Entertainment City (Kota Hiburan) menawarkan berbagai macam pilihan hiburan wisata untuk semua kalangan tanpa batasan usia. Mulai dari wisata sejarah, wisata alam, wisata belanja, hingga wisata kuliner ditawarkan di kota ini. (Henky dan Resty, 2010)

Kuliner yang saat ini menjadi trend gaya hidup dalam melakukan wisata liburan di suatu daerah tertentu. Parawisata kuliner menjadi semakin populer di hidup warga negara untuk melakukan kunjungan ke tempat-tempat makanan yang menarik. Banyak perspektif yang berbeda dalam berbagai kebutuhan untuk menemukan tempat yang cocok dari jenis makanan, lokasi, budget, dan lainnya. (Hamdani, 2010).

Salah satu kebutuhan manusia yang paling mendasar menurut Maslow adalah kebutuhan akan pangan yang mana setiap manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan berbagai cara. Untuk Memenuhi kebutuhan tersebut banyak para pengusaha yang terjun ke dalam bisnis kuliner mulai dari caffebar dan berbagai jenis restoran serta warung-warung kue dan jajanan.

Besarnya pasar rumah makan cepat saji tersebut membuat persaingan dalam memasarkan produk ke konsumen semakin meningkat serta semakin banyak kompetitor yang menawarkan produk dengan atribut sejenis. Mau tidak mau, diperlukan suatu terobosan baru sebagai diferensiasi bagi rumah makan dalam menarik minat konsumen dan dalam upaya mempertahankan konsumen supaya tetap mengunjungi dan bertransaksi di masa mendatang. (Henky dan Resty, 2010)

Salah satu tempat makan yang hadir dengan penampilan yang baru dan unik adalah Hanamasa yang terletak di Jalan Dago No. 48. Kini menjadi tempat yang cukup populer dikalangan tua muda sebagai tempat untuk bersantap. Hal ini tidak lepas dari menu makanan yang variatif.

Hanamasa merupakan restoran Jepang yang menyediakan perpaduan menu tradisional khas Jepang dan Indonesia. Konsep Hanamasa yaitu dimana dengan satu harga konsumen dapat menikmati semua menu yang telah disediakan dan dapat menikmati menu tersebut sepuasnya..(hanamasaresto.com)

Salah satu metode yang digunakan Hanamasa untuk menawarkan produknya agar dapat memuaskan konsumen yaitu melalui customer experience. Dimana melalui metode ini konsumen akan mendapatkan pengalaman yang baru di saat makan dan menghasilkan sensasi, pikiran, dan perasaan konsumen itu sendiri. Tidak hanya restoran Hanamasa saja yang menggunakan metode customer experience, tempat bermain seperti Timezone juga menerapkan metode yang sama.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai penerapan customer experience terhadap kepuasan konsumen dari berbagai teori, dan jurnal-jurnal sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca tentang hubungan customer experience terhadap kepuasan konsumen

1.2 Identifikasi Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak terlampaui meluas dan memudahkan untuk dipahami sesuai dengan tujuan pembahasan serta untuk memperjelas lingkup masalah yang akan dibahas, maka perlu identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana customer experience pada resto hanamasa.
2. Bagaimana kepuasan konsumen Hanamasa Universitas Kristen maranatha.
3. Seberapa besar hubungan customer experience terhadap kepuasan konsumen hanamasa Universitas Kristen Maranatha.

1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini memiliki suatu permasalahan yang menjadi fenomena untuk saat sekarang, yaitu : “Seberapa besar pengaruh customer experience terhadap kepuasan konsumen Hanamasa Universitas Kristen Maranatha”

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dilakukan penelitian ini adalah untuk memperoleh data atau informasi tentang customer experience Hanamasa, guna menganalisa hubungan antara customer experience terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang penelitian dan

identifikasi masalah yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk :

1. Mengetahui customer experience pada resto hanamasa.
2. Mengetahui kepuasan konsumen Hanamasa mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.
3. Mengetahui seberapa besar hubungan customer experience terhadap kepuasan konsumen hanamasa Universitas Kristen Maranatha.

1.5 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi :

1. Penulis, untuk memperluas wawasan dan penalaran mengenai salah satu metode pemasaran yaitu metode customer experience.
2. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara experience customer dengan kepuasan konsumen.
3. Pihak lain yang tertarik dengan topik penelitian ini, dapat digunakan sebagai informasi sehingga dapat menelaah unsur-unsur lain yang berkaitan dengan topik ini secara lebih lanjut.