

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi dengan perubahan yang sangat cepat seperti saat ini, telah membawa dampak dan pengaruh terhadap perkembangan di negara Indonesia khususnya dalam bidang bisnis. Terlihat dari banyaknya pelaku usaha baru, yang melihat peluang atau potensi dunia bisnis. Menurut Louis (dikutip di seputarpengertian.blogspot) pengertian bisnis adalah seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen, beberapa bisnis memproduksi barang wujud sedangkan yang lainnya memberikan jasa. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan yang bergerak pada bidang perdagangan yang berbentuk seperti toko, distro (distribution outlet), mini market, department store (toserba), supermarket (pasar swalayan), rumah makan dan lain-lain.

Hal ini membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para konsumen. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif agar dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Disisi lain konsumen juga sudah mulai kritis dan cerdas dalam memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka. Sehingga perusahaan harus bisa memahami perkembangan dan kebutuhan yang diinginkan konsumen. Dengan cara memunculkan perbedaan dan keunikan produk perusahaan dibandingkan dengan pesaing, agar dapat menarik konsumen melakukan pembelian.

Salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah bisnis warung makan atau rumah makan, terlihat dari banyaknya gerai warung makan atau rumah makan yang bermunculan. Makanan dan minuman tercatat sebagai potensi bisnis dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi salah satunya di Purbalingga. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan salah satu kebutuhan utama semua orang dari berbagai kalangan. Salah satu sektor yang sedang berkembang pesat saat ini adalah usaha makanan cepat saji atau rumah makan (Goyal dan Singh,2007) dalam penelitian Mustaqim dan Amboningtyas (2017).

Perkembangan aktivitas dan jumlah penduduk, terlebih pada tingkat remaja dan mahasiswa menjadikan bisnis makanan cepat saji atau rumah makan menjadi bisnis yang cukup menjanjikan. Dilihat dari munculnya beberapa rumah makan baru di Purbalinggan, seperti warung bumbu ireng yu san, cafe WTF, cafe WKWK, dan lain-lain. Menurut data Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Purbalingga, terdapat 11 rumah makan atau restoran di Purbalingga (dinporapar.purbalinggakab.go.id). Banyaknya pilihan rumah makan di Kota Purbalingga, memudahkan konsumen untuk berpindah dari satu rumah makan ke rumah makan lainnya yang menurut mereka lebih baik. Rumah makan yang sudah berdiri sejak lama, juga menjadi salah satu kompetitor yang bersaing di purbalingga. Rumah Makan (RM) Bale Agung Purbalingga merupakan rumah makan yang berdiri sejak 2008, dan sampai sekarang masih bertahan sebagai pesaing rumah makan baru yang ada di purbalingga. Terletak di JL Raya Bojongsari KM 5 atau sebelum pertigaan tempat wisata OWABONG, menjadikan lokasi rumah makan ini sangat strategis. Memiliki berbagai macam menu makanan yang disajikan baik secara prasmanan atau diantar oleh waiters. Penataan tempat yang baik dan memiliki pesona alami dengan kolam ikan disekelilingnya, menjadikan rumah makan ini masih diminati oleh konsumen.

Menurut Pemenkes no. 304 tahun 1989 rumah makan dan restoran memiliki pengertian yang sama, yaitu salah satu usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk prose pembuatan, penyimpanan, penyajian dan penjualan makanan dan minuman bagi umum ditempat usahanya. Dari beberapa kelengkapan yang diwajibkan, membuat rumah makan harus memperhatikan beberapa faktor untuk mendorong usahanya berkembang. Pertama adalah spesifikasi produk harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, berarti rumah makan memiliki variasi produk atau makan untuk memenuhi spesifikasi makanan dari setiap konsumen yang berbeda. Kedua adalah lokasi, jarak dan lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen. Ketiga adalah suasana tempat yang bersih, sehat, nyaman dan harus dihindari dari hal-hal haram seperti gambar atau hiasan porno hanya untuk sekedar menarik pembeli. Oleh karena itu pelaku bisnis harus lebih fokus memperhatikan faktor produk (variasi makanan), lokasi dan suasana, karena faktor faktor tersebut berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja dan hasil suatu produk terhadap harapan harapannya (Kotler 2003:61) yang dikutip oleh Nugroho dan Darsin (2016) . Sedangkan Hasan (2009:57) yang dikutip oleh Safitri dkk (2017) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi akan timbul perasaan senang, puas, atau kecewa. Dari penjelasan diatas disimpulkan kepuasan adalah kondisi konsumen jika kinerja dibawah harapan, maka tidak akan terjadi kepuasan dan sebaliknya jika kinerja memenuhi dan melebihi harapan maka konsumen akan merasa puas

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen RM Bale Agung Purbalingga yaitu variasi makanan. Menurut Kotler (2009:72) variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Dengan pilihan makanan atau makanan yang bervariasi membuat pelanggan lebih bebas untuk memilih makanan yang disukai. Karena dalam hal makanan cenderung setiap individu memiliki kesukaan yang berbeda, pastinya dengan mungkin ada yang alergi atau memang tidak suka sama sekali. Hasil penelitian ini didukung berdasarkan penelitian Mustaqim dkk (2016), Safitri dkk (2017), dan Febriana dkk (2017), bahwa variasi makanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah lokasi. Menurut Lupiyoadi (2001:16-62) yang dikutip oleh Krisdianto dkk (2018) mendefinisikan lokasi adalah tempat dimana perusahaan melakukan operasi atau kegiatan ekonomi. Pemilihan tempat usaha atau lokasi menjadi faktor penting dalam menjalankan bisnis. Walaupun mempunyai produk yang bagus, tetapi jika tidak didukung oleh lokasi yang strategis, produk tersebut tidak akan dilirik oleh konsumen. Dua faktor dalam menentukan tempat usaha adalah pemilihan lokasi yang strategis dan fasilitas yang mendukung. Hasil Penelitian ini didukung berdasarkan penelitian Hanifudin dkk (2017), Kridianto dkk (2018), Muhtarom dkk (2015), bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah suasana (*atmosphere*). Menurut Berman and Evan (1992:462) yang dikutip oleh Putri dkk (2014), suasana (*atmosphere*) “*atmosphere refers to the store’s physical characteristics that are used to develop an image and to draw customers*” yang berarti suasana tempat makan merupakan karakteristik fisik yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik konsumen.

Menurut Levy and Weitz (2001:576) yang dikutip oleh Putri dkk (2014), “*atmospherics refers to design of an environment via visual communication, lighting, colours, music and scent to stimulate customers perceptual and emotional responses and ultimately to affect their purchase behavior*” yang berarti suasana rumah makan melalui visual, penataan, cahaya, music dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil Penelitian ini didukung berdasarkan penelitian Putri dkk (2014), Salsabilah dan Sunarti (2018), dan Alfin dan Nurdin (2017), bahwa suasana berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen .

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Safitri dkk (2017) dan Umam & Mansur (2017) dengan variabel variasi makanan, lokasi dan suasana, diperkuat dengan jurnal acuan lain sesuai variabel yang terkait. Variabel tersebut juga termasuk indikator/factor dalam mempengaruhi konsumen terhadap kepuasan konsumen. Sehingga peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pada uraian yang telah dikemukakan di atas, dengan variabel variasi makanan, lokasi dan suasana untuk menjaga kepuasan konsumen. Bertolak pada pemikiran tersebut, maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh Variasi Makanan, Lokasi Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen Rm. Bale Agung Purbalingga”.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah variasi makanan, lokasi, dan suasana secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen RM. Bale Agung Purbalingga?
2. Apakah variasi makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen RM. Bale Agung Purbalingga?
3. Apakah lokasi yang strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen RM. Bale Agung Purbalingga ?
4. Apakah suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen RM. Bale Agung Purbalingga?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan dari variable variasi makanan, lokasi dan suasana terhadap kepuasan konsumen RM. Bale Agung Purbalingga.
 - b. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial dari variasi makanan terhadap kepuasan konsumen RM. Bale Agung Purbalingga.
 - c. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial dari lokasi terhadap kepuasan konsumen RM. Bale Agung Purbalingga.
 - d. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial dari suasana terhadap kepuasan konsumen RM. Bale Agung Purbalingga.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Rumah Makan Bale Agung Purbalingga

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebagai referensi atau bahan acuan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran supaya konsumen menjadi teras puas .

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa maupun mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Purwokerto untuk sebagai referensi dan acuan penelitian skripsinya.

c. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi memberikan informasi kepada konsumen serta bisa sebagai mempertimbangkan saat melakukan pembelian berlangsung dan mengetahui kondisi diperusahaan tersebut.

d. Bagi Peneliti

Sebagai acuan terutama penelitian ini yang berkaitan dengan kepuasan konsumen untuk memperluas ilmu pengetahuan secara praktek dan menambah wawasan akan di dunia pemasaran yang merupakan salah satu syarat wajib untuk menjadi gelar sarjana ekonomi.