

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Dalam hal ini perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka hal tersebut akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Puas atau tidak puasny konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, konsumen memiliki kecendrungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebutlah yang akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap suatu produk atau jasa yang pernah dirasakannya.

Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasa yang berkualitas baik, maka perusahaan telah mampu memenuhi harapan konsumen dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Permintaan dan kebutuhan konsumen harus di layani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan.

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan konsumen untuk tetap menjalankan suatu bisnis atau usaha. Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah restoran, restoran merupakan salah satu tempat penyedia kebutuhan makanan. Restoran berkembang pesat akibat dari perubahan gaya hidup, dimana gaya hidup saat ini menuntut

individu untuk banyak melakukan kegiatan di luar rumah. Hal ini menyebabkan masyarakat saat ini tidak mempunyai cukup banyak waktu untuk memasak makanan sendiri di rumah.

Hal inilah yang mendorong pertumbuhan restoran sebagai penyedia kebutuhan makan di luar rumah. Restoran tidak hanya sekedar menawarkan makanan, tapi lebih jauh berkembang ke arah pencarian *atmosphere* (suasana) makan yang nyaman, cita rasa yang berbeda atau bahkan tempat bersantai. Hal inilah yang membedakan antara restoran dengan usaha penyedia kebutuhan makan lainnya.

Selain kualitas produk pada restoran, *atmosphere* (suasana) juga menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap. Sebagaimana yang diungkapkan Levy dan Weitz (2001:576) dalam Putri (2014) *atmosphere* (suasana) adalah desain suatu lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari konsumen dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Sebagaimana yang diungkapkan Kotler dan Armstrong (2001:346), bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan memenuhi kebutuhan.

Menurut Ardjuno Wiwoho (2008:1) dalam Widyastuti Wardani (2016:25) restoran berasal dari kata "*Restaurer*" yang berarti *to restore* atau restorasi yang memiliki arti dalam bahasa Indonesia adalah memperbaiki atau memulihkan kondisi seseorang dari suatu kondisi yang kurang baik untuk kembali kepada kondisi sebelumnya. Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman (Marsum 2009: 9).

Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa restoran adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang bertujuan untuk memulihkan kondisi seseorang (lapar) sehingga kembali pada kondisi sebelumnya.

Restoran Dapur Ria adalah sebuah industri yang bergerak dalam bidang kuliner restoran. Lokasi restoran tidak jauh dengan pusat kota dan restoran tersebut juga sangat

mudah dijangkau oleh para konsumen. Restoran Dapur Ria terletak di Jalan Cempaka Kel. Tanah Tinggi, Restoran Dapur Ria Ternate didirikan pada tanggal 10 maret 2018 yang di bangun di atas tanah seluas 12 x 24.

Pada awalnya Restoran Dapur Ria merupakan salah satu tempat dimana restoran tersebut dulunya merupakan tempat layanan catering untuk para konsumen yang sedang mengadakan acara-acara besar seperti acara nikah, aqiqah, acara wisuda, dll, namun bisnis tersebut hanya berlangsung beberapa bulan saja sebab restoran telah menangkap peluang bisnis perkulineran dan kemudian memutuskan untuk mendirikan restoran sekaligus cafe tidak hanya itu Restoran Dapur Ria pun juga menyediakan layanan untuk acara-acara seperti ulang tahun, *meeting* dan sebagainya.

Restoran Dapur Ria termasuk dalam usaha bidang boga yang bersifat komersial karena bertujuan untuk mencari keuntungan. Restoran Dapur Ria menyajikan berbagai macam hidangan makanan dengan menu unggulan seperti ayam geprek, ayam panggang, ikan bakar dan selain itu adapula menu lain yang tak kalah menggoda yaitu aneka sayuran seperti brokoli, capcay, kangkung cah, nasi goreng, sate ayam, tahu asin pedas, bistik ayam, kentang goreng, roti bakar, udang goreng rica-rica, cumi bakar rica.

Tidak hanya makanan saja yang di sediakan oleh restoran namun, restoran juga menyediakan beberapa pilihan minuman segar yang menjadi pelengkap hidangan seperti es buah sirsak, alvocad milo, jus, cappucino, kopi. Namun jika restoran ramai maka menu yang ditawarkan pada daftar menu tidak semuanya tersedia.

Tidak hanya itu saja dalam Restoran Dapur Ria pun juga dilengkapi dengan paket menu makanan yaitu ada paket menu makanan kebun di setiap hari, paket ramadhan dibulan puasa, paket *couple* khusus malam minggu dan paket *by one get one* atau biasa di sebut dengan beli satu gratis satu. Konsep itulah yang membedakan Restoran Dapur Ria dengan restoran lainnya di Ternate.

Porsi setiap menu berbeda tergantung permintaan dari konsumen terutama pada olahan (aneka menu unggulan) ayam geprek, ayam panggang, ikan bakar. Konsumen bisa

memilih porsi small (1/4 kg), medium (1/2 kg), dan large (1 kg). Harga setiap porsi yang ditawarkan pun berbeda-beda. Harga mulai dari Rp. 15.000 hingga Rp. 60.000.

Bahan-bahan yang digunakan dalam mengelola aneka masakan di Restoran Dapur Ria pun menggunakan bahan segar. Selain itu adapun bahan basah lainnya seperti sayuran dan bumbu, pihak restoran mempunyai *supplier* yang setiap pagi datang untuk membelanjakan semua pesanan yang telah dipesan restoran. Pengecekan pada gudang di lakukan setiap seminggu 3 kali.

Untuk prosedur pemesanan menu, setelah konsumen melihat-lihat dan memilih menu yang diinginkan pramusaji akan datang kemudian menanyakan menu apa yang akan dipesan pesanan konsumen tersebut akan dicatat di selembar kertas CO (*Captain Order*). Kemudian pramusaji akan membacakan ulang pesanan yang sudah ia catat sebelumnya untuk memastikan tidak ada kesalahan atau pesanan yang terlewatkan. Setelah daftar pesanan konsumen telah mantap dan sesuai, pramusaji pamit dari hadapan konsumen dan meminta untuk menunggu beberapa saat sampai makanan dan minuman diantar.

Konsumen yang sedang menyantap hidangan, juga bisa menikmati fasilitas dan suasana yang ditawarkan oleh Restoran Dapur Ria. Restoran Dapur Ria dilengkapi dengan beberapa fasilitas penunjang lainnya diantaranya adalah fasilitas *free hot spot*, *full acoustic* yang mendukung, karaoke, desain interior seperti luasnya ruangan restoran, luasnya jalan dalam restoran sehingga memudahkan konsumen untuk berjalan tanpa desak-desakan. Selain luas ruangan dan luas jalan pada restoran adapula penataan peralatan-peralatan yaitu mulai dari penataan meja dan kursi makan, penataan alat-alat musik, penataan bunga hiasan, penataan panggung, penataan meja kasir, serta penataan lampu hiasan yang mendukung pencahayaan dalam restoran tersebut sehingga konsumen bisa menikmati sajian makanan sambil bersantai dan berfoto-foto.

Disisi lain ada juga desain exterior pada restoran yaitu desain bentuk bangunan yang berbentuk kontener, desain logo yang berwarna terang dengan tulisan yang besar dan jelas dan adapula penataan pintu masuk yang luas sehingga memudahkan konsumen untuk keluar masuk restoran.

Setelah konsumen selesai menyantap hidangan dan ingin melakukan pembayaran, konsumen dipersilahkan untuk melakukan pembayaran di meja kasir. Sesaat setelah konsumen meminta bill atau nota pembayaran, kasir akan memberikan slip nota berikut dengan rincian dan total harga yang harus dibayarkan. Konsumen akan membayar sesuai dengan nominal yang tertera pada bill, pembayaran dapat dilakukan secara tunai atau debit.

Setelah uang diterima, kasir akan menghitung kembali uang tersebut dan kemudian menyerahkan uang kembalian (apabila pembayaran berlebih) serta bill pembayaran sambil mengucapkan "Terima kasih" dan "Datang kembali" kepada konsumen.

Media promosi yang digunakan oleh Restoran Dapur Ria untuk menarik minat pengunjung pun beragam, namun yang paling efektif dan efisien menurut pihak *Operational Manager* dan digunakan oleh pihak marketing Restoran Dapur Ria adalah sosial media seperti facebook dan instagram. Karena melalui sosial media, pihak marketing mampu mencapai seluruh kalangan konsumen baik dari kelas bawah hingga kelas atas dan dari segala usia, terlebih lagi sosial media saat ini menjadi bagian dari *life style* masyarakat indonesia.

Dari uraian diatas maka dapat di simpulkan bahwa restoran dapur ria sangat berbeda dengan restoran yang ada di ternate hal pertama yang dilihat yaitu bentuk desain bangunan restoran, untuk desain bangunan yang ada pada restoran dapur ria yaitu berbentuk kontener, sedangkan untuk restoran lainnya hampir keseluruhan desainya berbentuk permanen. hal inilah yang menjadi pembeda antar restoran dapur ria dengan restoran lainnya yang ada di ternate.

Perbedaan yang kedua yaitu dilihat dari banyaknya konsumen yang datang di restorandapur ria, hasil yang di dapatkan peneliti, bahwa konsumen yang datang pada restoran dapur ria dalam kurung waktu 1 hari bisa mencapai 30/40 konsumen. Sedangkan untuk hasil yang peneliti dapatkan pada restoran k62, restoran royal dan restoran ss home. Konsumen yang datang pada restoran royal dalam kurung waktu 1 hari bisa mencapai 20/25 konsumen, sedangkan untuk restoran k62 konsumen yang datang dalam kurung waktu 1 hari bisa mencapai 15/20 konsumen dan untuk restoran ss home konsumen yang datang dalam kurung waktu 1 hari bisa mencapai 17/25 konsumen.

Perbedaan yang ketiga yaitu restoran dapur ria merupakan restoran yang sudah sangat cukup lama terkenal di kalangan masyarakat setempat dikarenakan sebelum membangun restoran dapur ria, sebelumnya restoran dapur ria adalah tempat pelayanan catering diberbagai acara seperti acara nikah, wisuda, ulang tahun, perbedaan yang keempat yaitu soal rasa dan kualitas produk makanannya, perbedaan yang kelima yaitu paket makanan kebun yang ada disetiap hari, paket by one get one, paket malam minggu, perbedaan yang keenam yaitu letak restoran yang sangat strategis sehingga memudahkan akses bagi para konsumen yang berdatangan ke restoran, perbedaan yang ketujuh yaitu restoran dapur ria selalu mengadakan event live music, serta tempat shooting dalam pembuatan video klip lagu, perbedaan yang kedelapan yaitu pemilik restoran selalu ramah kepada semua kalangan konsumen, selalu memberikan sponsor kerja sama yang baik dalam menyelenggarakan suatu acara.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pernah dilakukan oleh Namkung dan Jang (2007) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan enam indikator untuk mengukur kualitas produk makanan yaitu: 1) Presentasi makanan yang menarik secara visual, 2) Restorannya menawarkan beragam item menu, 3) Restoran menawarkan pilihan sehat, 4) Restoran menyajikan makanan enak, 5) Restoran menawarkan makanan segar, 6) Makanan disajikan disuhu yang sesuai

Penelitian dengan variabel yang sama juga pernah dilakukan oleh Japariato (2013) dengan menggunakan delapan indikator untuk mengukur variabel kualitas produk, yaitu: 1) Kinerja suatu produk, 2) Keandalan suatu produk, 3) Tambahan pada sebuah produk, 4) karakteristik desain suatu produk telah sesuai perencanaan, 5) Daya tahan suatu produk, 6) Penanganan keluhan suatu produk, 7) Pelengkap sebuah produk, 8) Kualitas yang di rasakan pada suatu produk. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, ditemukan hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur variabel kualitas produk, indikator yang digunakan mengacu pada indikator yang digunakan oleh Japariato (2013) dengan

mengambil delapan indikator sehingga jumlah keseluruhan indikator untuk mengukur variabel kualitas produk dalam penelitian ini berjumlah delapan indikator.

Penjelasan di atas memberikan gambaran bahwa masih terdapat gap riset atau perbedaan hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini tidak hanya mencari pengaruh langsung antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen akan tetapi penelitian ini ditambahkan variabel *atmosphere*(suasana)sebagai variabel moderasi dan untuk mencari pengaruh tidak langsung antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang di moderasi oleh *atmosphere* (suasana).

Dalam penelitian ini variabel *atmosphere* (suasana) digunakan sebagai variabel moderasi dikarenakan *atmosphere* (suasana) merupakan salah satu faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap (Meldarianda dan Lisan, 2010:4). *Atmosphere* yang nyaman menjadi bahan pertimbangan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk datang ke restoran tertentu. *Atmosphere* (suasana) merupakan upaya untuk merancang lingkungan yang menghasilkan efek emosional tertentu, sehingga pembeli akan meningkatkan pembeliannya (Kotler,1973 dalam Hilaliyah, 2017:4). Selain itu, alasan lain yang melandasi penggunaan *atmosphere* (suasana) sebagai variabel moderasi adalah karena dari hasil pencarian peneliti, belum pernah ada yang melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan *atmosphere* (suasana) sebagai variabel moderasi secara keseluruhan.

Berdasarkan pada uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian lanjutan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan *Atmosphere* (Suasana) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Restoran Dapur Ria Ternate)”**.

## **1.2. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membuat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang di moderasi oleh atmosphere

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang di moderasi oleh atmosphere?

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian dapat memperkaya pengetahuan khususnya tentang kualitas produk, *atmosphere* dan kepuasan konsumen

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti maupun sivitas akademik.