

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang ini banyak terdapat berbagai jenis usaha baik yang berskala kecil maupun besar, dan akhir akhir ini masyarakat lebih memilih hal yang praktis dalam memenuhi kebutuhan hidup. Dengan meningkatnya intensitas persaingan dalam berusaha serta bertambahnya jumlah pesaing menuntut para pengusaha untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, kebiasaan nongkrong bersama teman di cafe merupakan hal yang lumrah dalam kalangan remaja sekarang ini. Dari itulah siapapun dari berbagai kalangan usia bisa memulai usaha yang mereka inginkan yang tentunya sedang marak dibicarakan atau digandrungi oleh berbagai kalangan. Tentunya hal ini akan mudah mendatangkan para pembeli karena usaha yang baru atau sedang dalam masa trend akan menimbulkan rasa penasaran bagi konsumen yang mencobanya, tapi tidak semua usaha bisa berjalan dengan lancar dan baik-baik saja dalam menjalankannya, tidak sedikit usaha yang mengalami kegagalan dalam bisnisnya dan kemudian terbengkalai.

Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk. Pada dasarnya pemasaran berpusat kepada kebutuhan, keinginan, permintaan, nilai, kepuasan, serta kualitas hubungan dan pasar. Disamping itu pemasaran merupakan konsep bagaimana sebaiknya pemasaran berhubungan dengan pasar dengan baik sehingga menguntungkan. Oleh karena itu agar para

kegiatan itu berdaya dan berhasil guna merencanakan serta pengendalian pada pemasaran. Diperlukan adanya pengetahuan yang menyangkut tentang manajemen pemasaran, maka untuk setiap perusahaan harus dapat merancang strateginya dengan tepat sehingga dapat bersaing di pasar. Ketatnya persaingan dalam usaha sekarang menyebabkan beberapa usaha tidak mampu untuk bertahan. Sebaliknya banyak usaha yang tetap dapat bersaing dari beberapa tahun yang lalu bahkan makin banyak peminat.

Store atmosphere adalah suatu perencanaan dan penciptaan suasana dengan tujuan untuk memberikan suatu kenyamanan dan rasa senang terhadap konsumen saat berkunjung ke sebuah cafe. *Store atmosphere* yang baik akan mampu membuat konsumen betah berada di tempat usaha anda dan merasa nyaman yang mengakibatkan mereka ingin menghabiskan waktu yang lama didalam tempat tersebut.

Salah satu daya tarik sebuah usaha juga tergantung pada suasana di cafe tersebut (*store atmosphere*). Suasana cafe merupakan salah satu komponen penting dalam usaha seperti cafe, karena ruang cafe yang diatur sedemikian rupa sesuai dengan konsep yang diusung akan memberikan nilai tersendiri di mata konsumen. Sebuah tata ruang cafe yang sesuai konsep akan menciptakan hal positif yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dan sebaliknya sebuah tata ruang yang tidak sesuai dengan konsep akan mengakibatkan konsumen merasa tidak puas dan nyaman untuk berlama-lama berada di cafe anda. Semakin tinggi tingkat kenyamanan konsumen semakin tinggi pula manfaat yang didapatkan usaha tersebut. Banyak manfaat yang dapat diambil jika memperoleh konsumen yang

merasa nyaman di tempat anda, namun untuk membangun sebuah loyalitas konsumen tentunya tidak mudah dan membutuhkan sebuah proses untuk mencapainya. Dalam mencapai sebuah loyalitas harus memperhatikan faktor lain agar usaha yang dibangun benar-benar menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang berhubungan dengan pemilihan tempat usaha dan minat pembelian konsumen. Lokasi akan menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan pengusaha untuk menjadikan usahanya dapat dikenal oleh banyak orang. Pemilihan lokasi akan mempengaruhi resiko dan keuntungan usaha tersebut secara keseluruhan, mengingat lokasi yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen baik jangka menengah atau jangka panjang.

Perlu dilakukan perhatian dalam hal lokasi agar usaha yang dijalankan dapat menarik konsumen yang berdatangan, daya tarik lokasi yang strategis akan memancing para konsumen untuk berkunjung, akses lokasi yang mudah dan strategis akan menjadi suatu pertimbangan bagi konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau akan membantu distributor untuk mendistribusikan suatu produk atau jasa, sebaliknya jika lokasi tidak mendukung atau kurang baik akan menyebabkan konsumen enggan untuk berkunjung kembali. Selain faktor lokasi, faktor lain yang menentukan kepuasan konsumen adalah fasilitas. Fasilitas adalah sebuah sarana yang disediakan oleh pemilik usaha agar memudahkan atau menambah kenyamanan pengunjung di cafe tersebut. Jika fasilitas yang di sediakan cafe kurang memadai, maka pengunjung akan merasa kurang nyaman berkunjung dan

berfikir lagi untuk berkunjung ke cafe itu lagi. Fasilitas juga menentukan bagaimana suatu aset tetap perusahaan digunakan secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan produksi (Dharmawati, 2016:324).

Kepuasan konsumen adalah kunci utama suatu usaha, agar usaha yang ditekuni dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang di harapkan. Kepuasan konsumen yang ada pada konsumen saat ini adalah dampak dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen itu sendiri yang pada awalnya konsumen hanya membeli sebuah produk kemudian konsumen baru akan menyadari apakah produk tersebut sesuai atau tidak dengan apa yang diinginkan. Apabila konsumen menyukai produk yang sudah dibeli maka konsumen telah merasakan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut, dan sebaliknya apabila konsumen memilih untuk tidak menggunakan atau membeli kembali produk tersebut maka konsumen akan merasakan ketidakpuasan terhadap produk tersebut.

Hasil yang ditawarkan usaha tersebut dapat menimbulkan suatu penilaian tersendiri dari konsumen, karena konsumen dapat merasakan dari apa yang kita sajikan kepadanya. Penilaian dapat berupa kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian bahwa produk atau jasa yang kita sajikan pada konsumen, memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan hati konsumen. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang kita berikan maka sangat besar kemungkinan konsumen akan sering datang kembali membeli atau merasakan tentang produk atau jasa yang kita berikan.

Adapun cara untuk memuaskan konsumen adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik, memilih lokasi yang strategis, serta memberikan fasilitas yang lengkap. Cafe bola yang berada di Pasirian ini tepatnya dusun Kebonan belakang RSUD Pasirian merupakan cafe yang memiliki lokasi yang strategis dan berada didaerah ramai penduduk serta dapat dijangkau dengan mudah untuk menuju lokasi cafe tersebut. Didukung dengan fasilitas yang mencukupi seperti tempat duduk yang banyak dan nyaman, wifi, lcd proyektor dan televisi.

Peneliti tertarik untuk mengambil judul tentang Analisis Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Bola (Studi kasus pada Cafe Bola Pasirian), karena peneliti ingin mengetahui seberapa pentingnya pengaruh daya tarik lokasi dan fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen supaya konsumen merasa puas dan melakukan pembelian produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga timbullah strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan daya saing.

Berdasarkan uraian dan latar belakang di atas maka peneliti mengambil judul “ **Analisis Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Cafe Bola Pasirian)**”.

1.2 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini ditetapkan agar penelitian terfokus pada pokok yang ada serta pembahasan sehingga diharapkan penelitian ini bisa dilakukan dengan tidak menyimpang dari tujuan penelitian tersebut. Maka batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan membahas tentang Manajemen Pemasaran khususnya *Store Atmosphere*, Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen.
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen (masyarakat) yang telah berkunjung ke Cafe Bola.
3. Tempat penelitian ini adalah pada Cafe Bola yang berada di Kecamatan Pasirian tepatnya di Dusun Kebonan belakang RSUD Pasirian, Kabupaten Lumajang.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Bola?
2. Apakah Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Bola?
3. Apakah Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Bola?
4. Apakah *Store Atmosphere*, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cafe Bola?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Cafe Bola di Pasirian.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen Cafe Bola di Pasirian.
3. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen Cafe Bola di Pasirian.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere*, lokasi dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cafe Bola di Pasirian.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Studi ini diharapkan tidak hanya untuk memberikan pembaca dengan informasi dan pengetahuan, tetapi juga untuk memberikan pemahaman sebagai bahan peneliti tambahan tentang *Store Atmosphere*, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

b. Manfaat Praktis

Suatu penelitian akan memiliki manfaat jika isinya dapat berguna bagi berbagai pihak yang terkait. Ada juga manfaat praktis tersebut sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut

terutama yang berhubungan tentang *Store Atmosphere*, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Cafe Bola Pasirian.

2. Bagi masyarakat

Peneliti ini sebagai pengetahuan mengenai Cafe Bola tersebut agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk kedepanya agar pengunjung Cafe Bola akan bertambah ramai lagi.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen strata I pada sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “WIDYAGAMA LUMAJANG” sekaligus bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penulis.

