

BAB 1

PENDAHULUAN

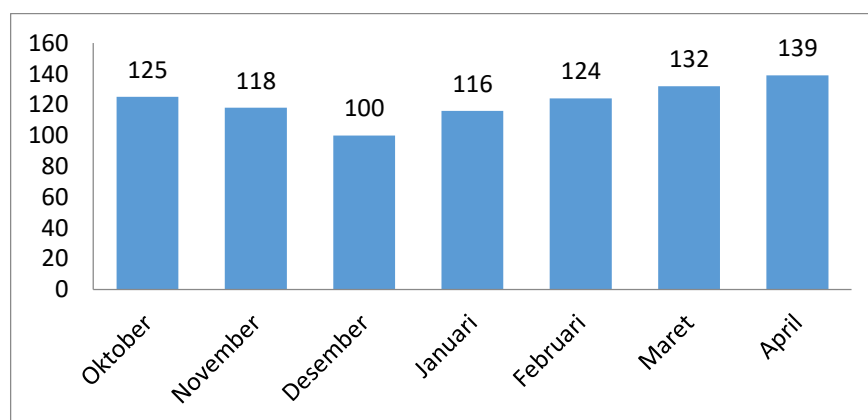
1.1 Latar Belakang

Perkembangan restoran Jepang di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat semakin menerima berbagai jenis masakan internasional. Ramen, dengan cita rasa yang khas dan berbagai variasi penyajian, berhasil menyesuaikan diri dengan selera lokal. Makanan ini tidak hanya disukai karena rasanya, tetapi juga karena cara penyajiannya yang menarik dan inovatif. Ini menciptakan tantangan bagi pengusaha kuliner untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar tetap relevan di pasar yang kompetitif. Ramen, sebagai salah satu kuliner ikonik Jepang, telah menarik perhatian di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Dalam beberapa tahun terakhir, popularitas ramen meningkat pesat, menciptakan peluang bagi banyak pengusaha untuk mendirikan restoran atau kedai ramen. Salah satunya restoran yang menonjol adalah Ramen Master yang didirikan di Kota Malang pada tanggal 23 Juni 2020 yang menawarkan pengalaman kuliner Jepang yang autentik dengan harga terjangkau. Hingga tahun 2024 ini Ramen Master telah memiliki 14 cabang di 13 Kota yang berbeda.

Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwa bisnis tempat makan di sekitar Ramen Master Lumajang bersaing karena kemiripan bisnis yang sejenis, terutama dalam industri kuliner, seperti penjualan baerbagai jenis makanan dan minuman serupa. Untuk mempertahankan pangsa pasar Ramen Master Lumajang yang terus meningkat, pengelola Ramen Master Lumajang harus menerapkan strategi yang tepat. Pengelola harus mulai berpikir seperti konsumen agar mereka tahu apa kebutuhan pelanggan dan membuat pelanggan puas dengan produk mereka. Memenuhi kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan karena pelanggan yang puas dengan produk dan layanan cenderung membeli kembali produk dan menggunakan kembali layanan ketika kebutuhan yang sama muncul lagi.

Pemilik Ramen Master mengatakan bahwa pada tahun 2024, Ramen Master mengalami penurunan jumlah pengunjung. Namun, memasuki tahun 2025, terlihat adanya peningkatan yang menunjukkan bahwa adanya minat masyarakat untuk berkunjung kembali. Adapun data kunjungan di ramen Master dapat dilihat pada tabel berikut :



Gambar 1. 1 Grafik Pengunjung

Sumber : Hasil Survey Peneliti Tahun 2025

Berdasarkan data pengunjung pada grafik diatas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung periode Oktober 2024 - April 2025 mengalami fluktuasi, dengan periode kenaikan dan penurunan yang terjadi secara bergantian. Hal tersebut harus diperhatikan oleh pemilik dengan menganalisis keluhan pelanggan seperti misalnya kebersihan tempat makan atau tata latak ruangan pada Ramen Master. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan perusahaan, berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini juga disadari oleh Ramen Master Lumajang yang memberikan jasa dalam bidang kuliner atau makanan yang dituntut untuk terus meingkatkan potensinya agar dapat meningkatkan jumlah konsumen.

Urgensi penelitian ini berfokus pada kepuasan konsumen. Berhasil atau tidaknya Ramen Master Lumajang dalam berkomunikasi dengan pelanggan tergantung pada lokasi yang mudah, fasilitas yang lengkap, dan *store atmosphere* yang nyaman. Oleh karena itu, kepuasan konsumen terhadap lokasi, fasilitas, dan *store atmosphere* diharapkan. Agar pengusaha dapat bersaing dan menguasai pasar maka lokasi, fasilitas, dan *store atmosphere* yang baik harus diperbaiki dan ditingkatkan. Ini karena lokasi, fasilitas, dan *store atmosphere* yang baik sangat penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Sehingga, peneliti menemukan bahwa kepuasan konsumen berkolerasi dengan lokasi, fasilitas, dan *store atmosphere* pada Ramen Master Lumajang.

Diantara tiga indikator terdapat dampak positif dan negatif yang saling berkaitan satu dengan yang lain. Jika tiga indikator tersebut diterapkan dengan baik, maka akan membuat konsumen merasa puas (misalnya, konsumen akan kembali

dan melakukan transaksi dengan bisnis ritel tersebut, pertumbuhan bisnis dan permintaan konsumen akan meningkat). Sebaliknya, jika ketiga indikator tersebut tidak diterapkan dengan baik, maka konsumen akan merasa kecewa (misalnya, konsumen tidak akan kembali dan melakukan transaksi dengan bisnis ritel tersebut).

Kepuasan konsumen adalah elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern, persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan konsumen (Dipayanti, 2024). Kepuasan konsumen berakumulasi dengan sikap dan pengalaman membeli (Irdiana & Noor Khairullah, 2021). Kepuasan konsumen adalah kebahagiaan seseorang atas suatu barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan. Konsumen dapat dikatakan puas apabila konsumen terlebih dahulu memiliki pengalaman membeli baik itu secara offline maupun online, karena kepuasan konsumen akan muncul apabila konsumen sudah pernah membeli dan merasa puas atau cocok dengan apa yang diinginkannya. Kepuasan konsumen pada Ramen Master Lumajang konsumen merasa puas dari regi tempatnya yang bernuansa jepang yang bagus untuk spot foto.

Lokasi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Pemilihan lokasi yang strategis sangat penting karena menentukan tercapainya tujuan utama perusahaan. Jika perusahaan berhasil memperoleh lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi halangan bagi para pesaingnya untuk mendapatkan akses pasar (Mahendra & Irawati, 2023). Pemilihan lokasi, diperlukan pada saat perusahaan mendirikan usaha baru, melakukan ekspansi usaha yang telah ada maupun memindahkan lokasi perusahaan ke lokasi lainnya. Tindakan yang dijalankan para konsumen Ramen Master Lumajang belum merasa

puas terhadap lokasi ke Ramen Master Lumajang yaitu tempat parkir yang kurang luas dan terlalu berhimpitan dengan jalan raya yang menyebabkan macet dalam beberapa menit, namun untuk lokasi sangat strategis karena berada dipusat kota dekat alun alun lumajang, disitulah konsumen akan mempertimbangkan terhadap kepuasannya.

Berdasarkan dalam penelitian (M. Syachdan Azhari, 2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu dalam penelitian (Mulyono & Alwi, 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan “Menantea Cafe” Teluk Jambe Karawang. Sedangkan pada penelitian (Mahmudi & Suprihhadi, 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kidal Surabaya.

Selain lokasi, Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas diartikan sebagai peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Kualitas suatu fasilitas penting diperhatikan oleh perusahaan, terutama yang berkaitan dengan apa yang dibutuhkan konsumen, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan di dasari dengan apa yang mereka dapat setelah memakai fasilitas tersebut, dengan adanya fasilitas yang baik maka konsumen akan puas dengan produk dan jasa yang ditawarkan (Mahendra & Irawati, 2023). Fasilitas yang memadai dan sesuai standar dapat memuaskan pelanggan dan menarik

pelanggan baru melalui pengalaman baik pelanggan sebelumnya. Kondisi fasilitas di Ramen Master Lumajang sangat cocok untuk keluarga dilengkapi dengan smoking area, wifi, AC, Kipas, fasilitas *kids and family friendly* restoran seperti *baby chair* agar lebih nyaman saat datang bersama keluarga.

Namun pada penelitian (Widiyastuti & Widiantri, 2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Mooi Cafe Kecamatan Wengi Kabupaten Blitar). Sedangkan dalam penelitian (Dimas & Soliha, 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada My Kopi O Semarang. Juga pada penelitian (Mahendra & Irawati, 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Warunk Pak Kumis Pare.

Selanjutnya adalah *Store Atmosphere* yang mencakup berbagai aspek seperti interior, eksterior, tata letak, kenyamanan, dan elemen lainnya yang dapat menarik perhatian konsumen serta mempengaruhi keinginan untuk membeli (Muh Fauzi & Andi Amri, 2024). *Store Atmosphere* yang baik akan mampu membuat konsumen betah berada di tempat usaha dan merasa nyaman yang mengakibatkan mereka ingin menghabiskan waktu yang lama di dalam tempat tersebut. 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 tersebut, namun untuk membangun sebuah kepuasan konsumen tentunya tidak mudah dan membutuhkan sebuah proses untuk mencapainya. Dalam mencapai sebuah kepuasan konsumen harus memperhatikan

faktor lain agar usaha yang dibangun benar - benar menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kondisi *Store Atmosphere* di Ramen Master Lumajang cukup unik karena berkonsep modern Jepang yang selalu tersedia area dengan sofa, tatami (area lesehan khas Jepang) serta ruangan ber-AC dan area outdoor untuk merokok.

Seperti pada penelitian (Muh Fauzi & Andi Amri, 2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cafe D'Japos* Di Pasangkayu. Selanjutnya pada penelitian (Malau & Lubis, 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Cafe Ltropico By Haban*. Sedangkan dalam penelitian (M. Syachdan Azhari, 2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Perbedaan penelitian dulu dan sekarang yaitu terletak pada tempat penelitian, dan tahun yang berbeda. Objek penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y), yaitu Lokasi (X1), Fasilitas (X2), dan *Store Atmosphere* (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Peneliti memilih tempat penelitian di Ramen Master Lumajang karena ingin mengeksplorasi bagaimana budaya Jepang, terutama dalam hal kuliner telah memengaruhi masyarakat Indonesia, khususnya di Lumajang. Peneliti ingin memahami bagaimana Ramen sebagai makanan khas Jepang diterima dan di adaptasi oleh masyarakat lokal. Selain itu terdapat sarana dan prasarana yang mendukung serta data - data yang dibutuhkan tersedia di Ramen Master Lumajang sehingga dapat memudahkan

peneliti dalam melakukan penelitian. Di samping itu, peneliti ingin melakukan kajian ulang tentang lokasi, fasilitas, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen yang dilakukan peneliti sebelumnya dengan tujuan seberapa signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Ramen Master Cabang Lumajang”**

1.2 Batasan Masalah

Batasan penelitian ini ditetapkan agar 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 Lokasi, Fasilitas, dan *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen.
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen (masyarakat) yang telah berkunjung ke Ramen Master Lumajang.
3. Tempat penelitian ini adalah Ramen Master Lumajang yang berada di Kecamatan Lumajang tepatnya di Jl. Abu Bakar No.9, Ditotrunan.

1.3 Rumusan Masalah

Maraknya bisnis kuliner restoran mie ramen yang berkembang di kota Lumajang menyebabkan terjadinya persaingan di antara pemilik usaha restoran mie ramen itu sendiri. Dalam latar belakang yang telah dijelaskan. Maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen Ramen Master Lumajang?
2. Apakah terdapat pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen Ramen Master Lumajang?
3. Apakah terdapat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Ramen Master Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen Ramen Master Lumajang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen Ramen Master Lumajang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Ramen Master Lumajang,

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 Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan *Store Atmosphere* 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 Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen Ramen Master Cabang Lumajang.

2. Bagi Masyarakat

Peneliti ini sebagai pengetahuan mengenai Ramen Master Lumajang tersebut agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk kedepannya agar pengunjung Ramen Master akan bertambah ramai lagi.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen strata I pada Institut Teknologi dan Bisnis Widyagama Lumajang “ITB WIDYAGAMA LUMAJANG” sekaligus bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penulis.