BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia khususnya bisnis ritel kini semakin berkembang, terbukti dengan banyaknya jumlah resto, cafe, bar, dan usaha ritel sejenis yang beroperasi dipusat-pusat kota, khususnya kota Bandung.Bandung merupakan salah satu kota terbesar di indonesia. Sebagai kota besar yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasinyapun semakin cepat.

Bisnis retail terutama dalam bidang boga yang saat ini lebih dikenal dengan istilah bisnis kuliner, merupakan jenis usaha yang semakin marak di kota Bandung. Perubahan gaya hidup, selera, tata cara dalam menikmati atau mengkonsumsi makanan pada masyarakat perkotaan khusunya kota Bandung, membawa para pengusaha resto ini kepada ide-ide baru mengenai *resto* yang dianggap lebih modern dan akan lebih disukai. Untuk saat ini atmosphere menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap, karena semakin nyamannya suasana toko maka konsumen akan kembali ke toko tersebut.

Kota Bandung terkenal dengan berbagai *Resto*, membuat kota ini sangat kaya dengan berbagai *Resto* yang sangat menonjol. Jika ingin berbelanja di kota ini untuk mencari barang-barang yang mempunyai brand terkenal cukup datang ke resto-resto yang dapat dijumpai hamper disepanjang jalan. Awal mulai

berkembangnya *resto* adalah sekitar abad ke 9, didaerah timur tengah sebelum muncul di Cina dan Negara-negara lainnya termasuk Indonesia.

Sobbers adalah salah satu *resto* yang beralamat di Jl. Setiabudhi No. 41 F Bandung. Tidak hanya Sobbers saja, banyak *resto* yang berlokasi disana, seperti nhai, d'cost, Bobber dan masing-masing *resto* membangun strategi untuk menarik konsumen loyal terhadap resto tersebut. Menurut Griffin (Hurriyati2010:129) memberikan definisi loyalitas pelanggan sebagai wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Sobbers perlu membangun strateginya yaitu dengan melakukan penataan yang berbeda dan mempunyai cirri khas, bila dibandingkan dengan resto lainnya. Bisa dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini, dimana data konsumen yang datang selama satu bulan.

Tabel 1.1
Data *Customer Traffic*
Di SobbersBandung
Pada Bulan Maret 2012

Minggu	Jumlah
1	1200
2	720
3	1150
4	950
Total	**4020**

Sumber :RestoSobbers Bandung

Setiap minggunya konsumen yang datang ke sobbers Bandung mengalami naik-turun. *Resto* telah menjadi pilihan utama karena dapat menghadirkan banyak macam-macam makanan serta kenyamanan, mulai dari suasana resto tersebut berbagai kebutuhan yang diinginkan dalam satu lokasi, hingga tempat yang pas

untuk menghilangkan stress, mengatasi suasana hati yang buruk, maupun hanya untuk menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman. Disini pihak *resto*harus bisa mempengaruhi suatu konsumen untuk menjadi pelanggan di *resto*tersebut. Dalam kata lain perusahaan juga harus mengatur strategi agar pelanggan tersebut loyal.

Dari tabel yang penulis cantumkan, bias dilihat konsumen yang datang selama kurun waktu satu bulan adalah 4.020 orang .Dan dari data yang penulis dapatkan juga langsung dari manager resto sobbers, konsumen yang loyal atau yang sudah menjadi member di resto tersebut yaitu 47 orang.

Berdasarkan survey terhadap 30 responden,yang datang ke *resto* Sobbers Bandung dan dari beberapa indicator loyalitas pelanggan,83% konsumen mengatakan bahwa mereka datang ke *resto* Sobbers menjawab, tidak selalu datang ke resto tersebut karena bukan tempat favorit bagi para konsumen, mereka juga melihat suasana toko *(store atmosphere) pada resto sobers* tidak menarik, dan penataan fasilitas tidak tertata dengan rapi, tetapi 17% konsumen lainnya, mengatakan mereka sering datang ke resto sobers karena sudah menjadi member.

Keloyalan konsumen atau pelanggan di satu resto khusunya di resto sobers tidak terlepas dari sebuah suasana resto. Penciptaan suatu citra untuk sebuah toko tergantung pada penyesuaian kombinasi fisik yang mengarah pada kemampuan untuk mengembangkan nilai artistic dari lingkungan toko sehingga mampu memicu daya tarik bagi konsumen*)Barry dan Evans* (dalam Resti Meldarian dadan Henki Lisan S, 2010)

Dari pengertian diatas, pihak *resto*harus bisa membaca apa yang dinginkan konsumen atau pelanggan terhadap suasana *resto* tersebut. Suasana toko yang dinginkan konsumen atau pelanggan baik secara *exterior, general interior, layout ruangan, ataupun Interior Point of Interest* yang terpenting mereka bisa nyaman di *resto*tersebut**.**

Berdasarkan hasil wawancara dengan *manager resto* Sobbers Bandung, untuk menarik konsumen datang ke toko mereka, Sobbers selalu merubah *atmosphere* toko setidaknya 3 dalam setahun, misalnya merubah *atmosphere* ketika sedang ada cara Ulang tahun, atau event-event, dan ketika memperingati hari-haribesar. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan suasana di toko. Tidak hanya merubah dan menyimpan *atmosphere,* Sobbers Bandung juga menyimpan makanan dan minuman andalannya di tempat yang strategis serta mudah untuk di ambil.

Berdasarkan hasil survey terhadap 30 responden, yang datang ke Sobbers Bandung, 56% konsumen mengatakan atmosphere toko tersebut tidak menarik karena dari segi penataan ruang dan dekorasi terkadang tidak sesuai dengan tema, hal ini menunjukkan bahwa atmosphere resto Sobbers belum optimal. Dan 44% konsumen menjawab atmosphere dan dekorasi resort sobers sudah menarik.

Secara umum Kualitas Pelayanan adalah dimana konsumen mendapatkan pelayanan yang baik sesuai yang mereka inginkan. Dengan secara tidak lansung perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan konsumen dalam segi pelayanan. Kualitas Layanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang

dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa, Lovelock, 2002:87, (dalam Christina Whdya Utami,2010:291).

Dengan hasil survey terhadap30 konsumen, terhadap kualitas pelayanan di resto sobbers, 57% konsumen mengatakan bahwa pelayanan diresot sobers dalam penyajian makanan dan minuman selalu tidak tepat waktu, dan pihak perusahaan juga tidak selalu memperhatikan setiap konsumen baik pas mereka dating atau keluar dari resto tersebut, karena konsumen yang dating cukup banyak ini bias mempengaruhi pada keloyalan pelanggan pada resto tersebut. Sedangkan 43% konsumen menganggap pelayanan yang diberikan pihak resto sudah sesuai dengan yang mereka inginkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin melihat mana yang lebih dominan yang mempengaruhi Loyalita sPelanggan di Sobbers Bandung maka penulis tertarik untuk mengambil judul: "**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTO SOBBERS BANDUNG".**

1.1 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah

1.1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan uraian latar belakang di atas, bahwa semakin berkembangnya usaha ritel salah satunya adalah *resto,*masing-masing *resto* membangun strategi untuk menarik pelanggan loyal.Sobbers Bandung perlu membangun strateginya yaitu dengan melakukan penataan yang berbeda dan mempunyai cirri khas, bila dibandingkan dengan *resto* lainnya. Sobbers Bandung selalu merubah *Suasana resto* setidaknya 3 kali dalam setahun, misalnya merubah *posisi* ketika sedang ada acara, dan ketika memperingati hari-hari besar. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan suasana di resort.

Konsumen atau Pelanggan Resto Sobbers Bandung lebih banyak menghabiskan waktu luangnya di *resto-resto lainnya*.Ini menunjukkan bahwa pihak Sobbers belum optimal dalam memahami keinginan konsumen dalam menyusun strategi agar konsumen lebih tertarik untuk menghabiskan waktunya di *resto* tersebut.

Mayoritas konsumen yang datang ke Sobbers Bandung, adalah pengusaha yang biasanya sudah merencanakan untuk meeting atau acara-acara lainnya dan makan disana.,sebagian konsumen ada yang hanya duduk bersantai sambil memesan makanan saja, salah satunya karena ada acara musik, serta event-event dari para sponsor resto Sobbers .

1.1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan uraian latar belakang penelitian yang dikemukakan diatas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Store atmosphere* pada *resto* Sobbers Bandung.
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada *resto* Sobbers Bandung.
3. Bagaimana Loyalitas Pelanggan pada Resto Sobbers Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh store *atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *resto* Sobbers Bandung.

1.2 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data sebagai sumber informasi untuk diolah dan dianalisis, untuk mengetahui pengaruh store *atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *resto* Sobbers Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *Store Atmosphere* pada *resto* Sobbers Bandung.
2. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan pada *resto* Sobbers Bandung.
3. Untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan pada konsumen *resto* Sobbers Bandung.

4. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di *resto* Sobbers Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berhubungan dengan topik yang penulis angkat, dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk menghasilkan data yang lebih sempurna lagi. Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut.

a. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

   Diharapkan hasil penelitian ini semoga bermanfaat bagi pihak perusahaan untuk dijadikan suatu acuan atau bahan pemikiran dalam merancang strategi pemasaran dalam suasana toko *(store atmosphere)* serta mengetahui perilaku konsumen agar terjadinya keloyalan.

2. Bagi pembaca

   Dengan adanya hasil penelitian ini, pembaca dapat mengetahui informasi tentang bagaimana pengaruh *Atmosphere* toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

b. Kegunaan Akademik

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan penulis sendiri untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan yang ada terutama pembelian tidak terencana dan untuk melihat

sejauh mana terdapat kesesuaian antara teori yang ada dan kenyataan yang sesungguhnya.

1. Bagi pengembangan ilmu pemasaran

   Bagi pengembangan ilmu pemasaran semoga hasil penelitian ini dapat memberikan referensi tentang ada atau tidaknya pengaruh antara *atmosphere* toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Bagi penulis

   Hasil dan kesimpulan penelitian ini merupakan informasi dan pembelajaran bagi penulis tentang pengaruh *atmosphere* toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang bisa memberikan pengalaman dalam hal penelitian

3. Bagi peneliti lain

   Semoga hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi yang berguna bagi rekan-rekan yang membahas masalah yang sama dan diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik dari yang sekarang.

I.5. Lokasi dan waktu Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Sobbers adalah salah satu *resto*yang beralamat di Jl. Setiabudhi No. 41F, Bandung. Adapun jadwal yang diperlukan penulis dalam melakukan penelitian untuk menyusun penelitian ini, yaitu pada bulan Maret 2012 sampai dengan bulan April 2012. Berikut tabel jadwal penelitiannya :

Tabel 1.2
Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

Tahap	Prosedur	Bulan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
I	**Tahap Persiapan**																								
	Membuat proposal UP																								
	Pengambilan formulir skripsi (surat)																								
	Menentukan tempat penelitian																								
II	**Tahap Pelaksanaan**																								
	Bimbingan UP																								
	Pendaftaran Sidang UP																								
	Seminar UP																								
	Revisi UP																								
	Pembuatan skripsi																								
	Analisis Data																								
	Penyusunan skripsi																								
	Bimbingan skripsi																								
III	**Tahap Pelaporan**																								
	Menyiapkan draft skripsi																								
	Sidang akhir skripsi																								
	Penyempurnaan laporan skripsi																								