

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

MARLO Eat & Share merupakan café yang terletak di Jl. Tamblong No.48 Bandung. MARLO Eat & Share berdiri pada bulan Mei 2014 meskipun masih terbilang baru café ini terkenal di kalangan anak muda maupun karyawan di Bandung. Hal ini dibuktikan dengan selalu ramennya café ini. Pemilik café ini bernama Abu Marlo, dia adalah salah satu finalis program pencarian bakat asuhan Deddy Corbuzier, The Master Session 1.

Terkenalnya MARLO Eat & Share ini bukan karena pemiliknya artis, tapi karena beberapa artis di catat mengunjungi café ini, salah satunya adalah The Changcuters. Dengan pernah dikunjungi artis membawa nilai positif tersendiri untuk promosi. Desain cafénya unik karena berbentuk setengah jajargenjang dan didominasi kaca, bentuk bangunan café ini juga sudah mengundang perhatian orang yang lewat didepannya, memiliki tempat parkir yang cukup luas, dan begitu masuk pintu utama café, anda akan disambut oleh pohon berdaun warna emas yang lucu. Interiornya juga menarik, terdapat satu icon café ini, yaitu hiasan dinding yang sangat besar berbentuk tulisan READ. Hiasan ini menjadi salah satu tempat favorit pengunjung untuk berfoto.



**Gambar 1.1**  
**Marlo Café ( Tampak Depan )**  
*Sumber: Olahan Peneliti (2015)*



**Gambar 1.2**  
**Marlo Café ( Tampak Depan )**

*Sumber:* Olahan Peneliti (2015)

Menu yang ditawarkan juga beraneka ragam, mulai dari makanan ringan hingga berat, makanan dalam dan luar negeri juga bias anda pesan di café ini. Minumannya juga beraneka ragam. Mulai dari kopi dan olahannya, mocktail, jus, dan es krim. Pelayanannya juga sangat ramah dan cekatan. Pelayannya menggunakan seragam yang casual namun tetap terlihat rapi. Untuk harga terbilang murah, sangat terjangkau untuk kalangan mahasiswa. MARLO Eat & Share tidak mengenakan penambahan pajak dan service seperti café-café lainnya, itu sebagai salah satu strategi promosi café ini.

## **1.2 Latar Belakang Masalah**

Kota Bandung dikenal sebagai kota belanja, dengan *mall* dan *factory outlet* yang banyak tersebar di kota ini, dan saat ini berangsur-angsur sebagai tempat belanja, kota Bandung juga dikenal sebagai kota kuliner atau kota makanan yang banyak diminati oleh wisatawan. Hal tersebut terlihat karena hampir setiap sudut banyak yang berjualan berbagai jenis makanan. Mulai dari jajanan pasar, makanan ringan, makanan berat dan cemilan. Berbagai jenis makanan pun tersedia di kota Bandung, mulai dari khas makanan Indonesia seperti mananan Bandung, makanan Melayu, makanan Padang, makanan Aceh, makanan Madura, makanan Jawa, makanan Sulawesi dll sampai makanan khas Negara lain seperti makanan Hongkong, western, dll dapat di temukan di kota Bandung.

Seiring perkembangan jaman dan pertumbuhan di kota Bandung yang memiliki tempat-tempat makan dan pusat jajanan yang banyak diminati wisatawan. Banyak café dan resto yang memiliki keunikan tersendiri. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia usaha dan memaksa perusahaan untuk lebih tanggap terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dengan sangat cepat dan dinamis. Bervariasinya produk yang dijual di pasaran membuat konsumen akan lebih selektif dalam memilih suatu produk. Konsumen akan memilih produk dengan merek terbaik yang dapat memenuhi kebutuhan.

Strategi pemasaran yang tepat merupakan hal penting dapat mendukung pelaku bisnis untuk mampu bersaing dengan pesaingnya, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan konsumen. Kebutuhan akan makanan merupakan hal utama dalam kehidupan manusia yang mutlak harus dipenuhi. Maka, bisnis bidang makan saat ini banyak di coba oleh para pelaku bisnis. Sudah tentu dengan banyaknya pengusaha dibidang ini, semakin banyak pula pesaing yang dihadapi.

Pertumbuhan restoran dan kafe di Bandung sekarang ini dapat dikatakan cukup berkembang. Industri restoran dan kafe merupakan salah satu industri unggulan yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berikut adalah data restoran dan kafe dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung yang tercatat sampai tahun 2013 di Bandung:



**Gambar 1.3**  
**Pertumbuhan Jumlah Restoran dan café di Kota Bandung**  
*Sumber:* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung (2013)

Di kota Bandung banyak pelaku bisnis yang melirik usaha membuka *café*, dimana kehadiran *café* tersebut di nilai yang paling sesuai dengan trend dan gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini. Semakin berkembang dan bertambahnya pelaku bisnis *café* membuat perusahaan berlomba-lomba menciptakan sebuah hal yang baru dan menarik untuk mendorong keunggulan produknya tetap bertahan di dalam persaingan yang semakin kompetitif. Selain itu perusahaan harus menciptakan suasana pendukung agar konsumen dapat tertarik dan dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen.

Ketatnya persaingan di bidang bisnis *café* menuntut *café* harus tanggap menghadapi kondisi untuk mempertahankan kelangsungan hidup *café* tersebut. Beberapa *café* berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan rasa makanan untuk membuat konsumen puas. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan dan memungkinkan konsumen untuk datang kembali.

*Café* MARLO Eat & Share menyajikan menu olahan *burger*, *snack* dan makanan berat yang beraneka ragam dengan banyak pilihan sesuai dengan keinginan konsumen. Semakin banyaknya jumlah *café* yang ada di kota Bandung berdampak buruk pada omset penjualan *café* MARLO Eat & Share karena mengalami persaingan yang ketat. Permasalahan tentang pelayanan, juga sering dikeluhkan oleh konsumen terutama pada waktu pelayanan makanan minuman yang lama disajikan dan kondisi fasilitas yang ada di *café* MARLO Eat & Share. Selama ini *café* MARLO Eat & Share belum melakukan pengukuran kepuasan konsumen, sehingga pihak manajemen belum mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas kualitas jasa pelayanan yang telah dilakukan. Informasi mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menjadi penting bagi pihak *café* untuk mengetahui atribut apa saja yang akan ditingkatkan demi keberhasilan pelayanan dari *café* MARLO Eat & Share.

Kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan

loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen adalah hal yang diharapkan dan menjadi tujuan utama karena berpengaruh terhadap pembelian ulang selanjutnya.

Berdasarkan uraian yang telah penulis sebutkan, maka penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih rinci mengenai analisis kepuasan konsumen, peneliti tertarik membuat penelitian dengan judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Pada Café MARLO Eat & Share Menggunakan Dimensi Service Quality”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kepuasan pelanggan di café MARLO Eat & Share yang diberikan kepada konsumen?
2. Apa saja yang penting dan perlu untuk diperbaiki oleh café MARLO Eat & Share ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian adalah untuk memperoleh data dan informasi yang memberikan gambaran tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di café MARLO Eat & Share. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di café MARLO Eat & Share.
2. Untuk mengetahui apa saja yang penting dan perlu untuk diperbaiki oleh café MARLO Eat & Share.

### **1.5 Manfaat penelitian**

1. Manfaat Akademis
  - a. Sebagai saran untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan mengenai masalah yang diteliti dan memperkaya Ilmu Pemasaran pada khususnya dan Ilmu Manajemen pada umumnya.
  - b. Sebagai bahan bacaan atau literature bagu penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

## 2. Kegunaan Praktis

Bagi pelaku bisnis, penelitian ini diharapkan dapat lebih memberikan gambaran untuk memberikan pertimbangan dan masukan mengenai konsep pemasaran agar dapat mengetahui preferensi konsumen saat ini guna untuk lebih meningkatkan kualitas bisnis kuliner tersebut.

### **1.6 Sitematika Penelitian**

Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai penelitian ini, maka penulis skripsi ini dibagi menjadi lima (5) bab, dimana sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini berisi teori-teori yang diperlukan dalam menjelaskan variable yang diteliti, dan juga kerangka pemikiran. Teori-teori yang ada hubungannya dengan pokok permasalahan yang dipilih dan dijadikan landasan dalam penulisan ini.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Metode penelitian akan diuraikan mengenai jenis dan sumber data, sampel dan populasi, metode pengumpulan data dan teknis analisis.

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menguraikan hasil dari penelitian yang dilakukan beserta pembahasan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan akhir serta saran-saran dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya.