BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

One Eighty Coffee and Music merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner yang mulai dibuka pada tanggal 15 juli 2016 oleh bapak Alvin Theardy selaku pemilik utama. Adapun nama brand restoran One Eighty itu sendiri diambil langsung oleh pemiliknya itu sendiri dari keberadaan *bar counter* di area lantai satu restoran yang berdiameter 180 derajat dan terbagi dua oleh *beverages bar* dan salad/*sandwich bar*. One Eighty sendiri adalah anak cabang ketiga dari PRIMA RASA GROUP yang sebelumnya sudah ada 2 cabang terlebih dahulu diantaranya Herb and Space Familty Restaurant dan Bellamie Restaurant.

One Eighty Coffee and Music berlokasi di Jalan Ganesa Nomor 03 Bandung. Lokasi tersebut berada di sekitar kampus terkemuka, rumah sakit, dan perkantoran-perkantoran yang dekat dengan lokasi tersebut.

Keunikan dari restoran One Eighty yang menjadi andalan dalam aspek nilai jual perusahaan selain berkelas, halal dan berkualitasnya makanan dan minuman, serta atmosphere restoran yang *half open air* berkonsep natural industrial yaitu perpaduan dari beberapa elemen industri dan elemen natural yang berkelas, nyaman, dan aman serta *memorable* bagi setiap konsumen yang datang. Keunikan lain yang menjadi aspek jual dari restoran ini adalah adanya area *pool* atau kolam khusus untuk para konsumen yang ingin mencoba sensasi makan di atas air seperti halnya restoran-restoran yang berada di pinggir pantai.

1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut ini adalah logo One Eighty Coffee and Music yaitu:

Gambar 1. 1 Logo Perusahaan

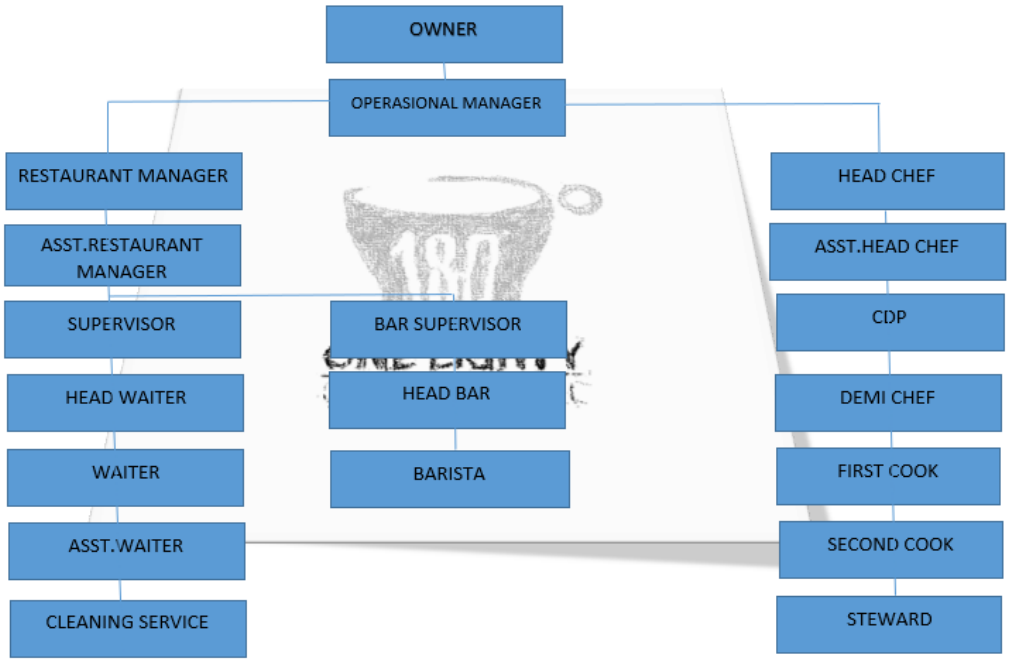
Sumber: One Eighty Coffee and Music

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan Misi One Eighty Coffee and Music

1) Menuju proses pertumbuhan dan perkembangan ke arah yang menguntungkan (*benefities)* sebagai sebuah brand baru dan dapat bersaing dengan brand – brand kuliner yang sudah ada, serta terus mengembangkan sistem operasional One Eighty Coffee and Music ke arah yang lebih baik lagi satu level nyaris setaraf dengan pelayanan restoran dan hotel bintang.
2) Berinovasi dan berkreasi dalam segi kualitas dalam hal produk ataupun pelayanan.
3) Menjadi brand lokal bandung bandung terkemuka dan disegani juga insya Allah tersebar tidak hanya di sekitar Bandung raya tetapi jawa barat dan luar jawa barat secara umum.

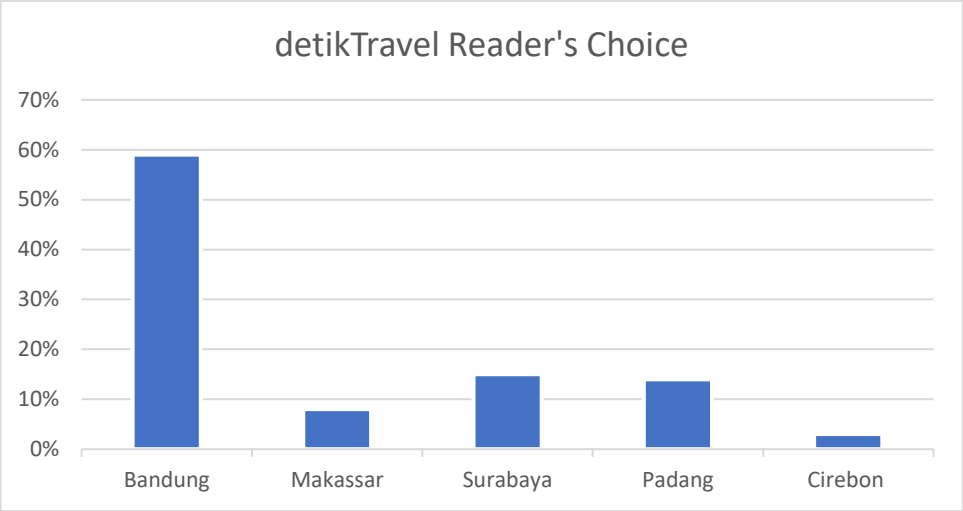
1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi One Eighty Coffee and Music
Sumber: One Eighty Coffee and Music

1.2 Latar Belakang Penelitian

Bandung Bersama empat kota/daerah lainnya yakni Yogyakarta, Solo, Semarang dan Bali, ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner Indonesia oleh Kementerian Pariwisata pada tahun 2015 di acara Peluncuran Destinasi Wisata Kuliner. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh detikTravel *Reader's Choice*, survei ini adalah survei mengenai beragam destinasi di Indonesia yang terbagi menjadi beberapa kategori, termasuk kota kuliner favorit. Berdasarkan survei dari 3.970 responden, Bandung menjadi kota wisata kuliner terfavorit di Indonesia. Kota Bandung mendapat angka 2.341 atau sekitar 59%. Mengalahkan 4 kota lainnya yaitu Makassar (8%), Surabaya (15%), Padang (14%), dan Cirebon (3%).



Gambar 1. 3 Kota Kuliner Favorit
Sumber: www.detikTravel.com diakses pada 19 Maret 2018

Pada gambar 1.3 dapat disimpulkan bahwa bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat saat ini, karena bisnis ini selain menghasilkan pendapatan yang tinggi, makanan juga merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang. Usaha kuliner mendominasi ekonomi kreatif Indonesia dalam rentang lima tahun ini. Menurut Data Statistik Ekonomi Kreatif yang disusun Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Bersama Badan Pusat Statistik (BPS), usaha kuliner mencapai porsi 41,69%. Fenomena banyaknya bisnis makanan yang sedang banyak diminati masyarakat saat ini membuat para pengusaha bisnis kuliner dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda sehingga para pengusaha bisnis makanan harus memiliki keunggulan untuk bersaing dengan para pesaingnya yaitu dalam bidang kuliner.

Jenis usaha dalam bidang kuliner yang paling banyak diminati saat ini adalah usaha kafe. Kafe berasal dari Bahasa prancis yaitu *café*, secara harfiah *café* adalah minuman (kopi), menurut Marsum (2005) Kafe adalah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran. Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kafe dan resto adalah tempat dimana seseorang dapat memesan makanan dan minuman, bertujuan bisnis atau mencari keuntungan serta memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumennya dan mencoba memuaskan konsumen dengan memenuhi apa saja yang konsumen butuhkan dan inginkan.

Berdasarkan *website* data.bandung.go.id jumlah restoran dan kafe di Kota Bandung pada tahun 2017 berjumlah 397 unit. Kafe sangat diminati oleh masyarakat khususnya oleh kalangan para anak muda yang gemar sekali setelah melakukan aktivitas mereka sering berkumpul dengan teman mereka di kafe sekedar untuk membeli minum atau makanan ringan dan mendengarkan *live music,* karena di beberapa kafe biasanya menyediakan fasilitas *live music* yaitu musik yang dinyanyikan langsung saat itu juga oleh band – band indie.

Banyaknya wisatawan yang datang ke Bandung untuk wisata kuliner menyebabkan usaha dalam bidang kuliner khususnya kafe semakin berkembang pesat. Untuk semakin menarik perhatian pelanggan, para pengusaha kafe harus mempunyai cara agar pelanggan tidak beralih ke pesaing. Menurut Kotler (2005), semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Sunyoto dalam Akbar 2016:37). Oleh karena itu, setiap kafe harus memperhatikan hal-hal apa saja yang dapat membuat pelanggan merasa puas setelah mengunjungi kafe tersebut.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:53-54), kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan. Sedangkan menurut Atila dan Fisun (2003) dalam Susanti (2014) faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu, *service quality, product quality, menu diversity, hygienes, convenience and location, noise, service speed, prices and value, fasilities,* dan *atmosphere.*

Melihat adanya peluang untuk membuka usaha kafe, yaitu banyaknya wisatawan yang datang ke Bandung dengan tujuan untuk datang ke tempat – tempat kuliner salah satunya kafe One Eighty Coffee and Music yang membuka usahanya pada pertengahan tahun 2016. One Eighty Coffee and Music dapat menarik perhatian konsumen untuk datang ke kafe tersebut dengan konsep yang ditawarkan yang belum ada di kafe – kafe lainnya yaitu adanya *pool area* dimana pelanggan dapat menikmati minuman atau makanan di dalam kolam yang tidak terlalu tinggi. Dengan konsep

tersebut saat ini One Eighty Coffee and Music cukup banyak diminati orang – orang baik dari kalangan anak muda sampai masyarakat umum. Oleh karena itu, One Eighty Coffee harus terus berupaya dalam meningkatkan daya saingnya dan harus memperhatikan kepuasan pelanggannya.

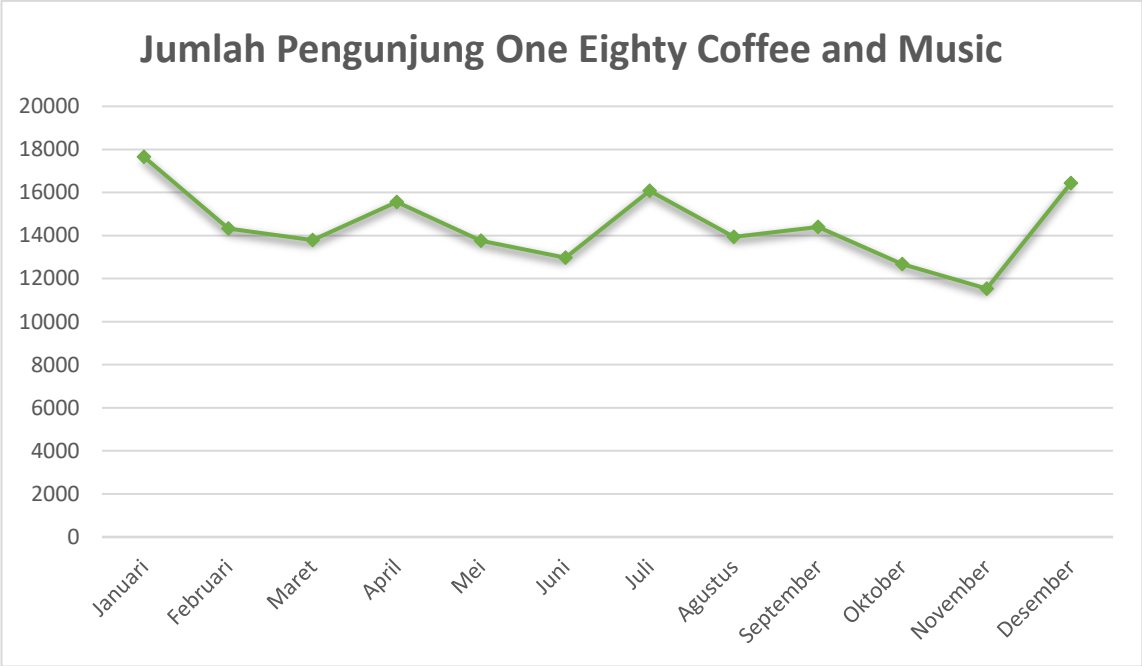
Adapun peringkat kafe terbaik yang ada di Bandung menurut TripAdvisor. TripAdvisor adalah situs wisata terbesar yang membantu wisatawan dalam merencanakan dan memesan perjalanan wisata mereka, selain itu TripAdvisor memberikan rekomendasi tentang, hotel, resto, resort, liburan, dan lain-lain. Berikut adalah 10 kafe terbaik yang ada di Bandung:

Tabel 1. 1 Kafe Terbaik di Bandung

No	Nama Kafe	Alamat
1	Monsoon Café	Jl. Sinarmanah No. 35, Pasteur
2	Café D'Pakar Bandung	Jl. Dago Pakar Utara
3	Two Hands Full	Jl. Sukajadi No. 198A, Pasteur
4	Armor Kopi	Jl. Bukit Pakar Utara No.10
5	One Eighty Coffee and Music	Jl. Ganeca No. 3 Lb Siliwangi
6	Two Cents Coffee	Jl. Cimanuk No. 2, Citarum
7	Blue Doors	Jl. Gandapura No. 61
8	Wiki Koffie	Jl. Braga No. 90
9	Noah's Barn	Lebak Siliwangi
10	Lacamera Coffee	Jl. Naripan No. 79

Sumber: www.TripAdvisor.com diakses pada 19 Maret 2018

Pada tabel 1.1, One Eighty Coffee and Music masuk kedalam 10 urutan kafe terbaik di bandung dan berada di peringkat ke-lima, ini berarti One Eighty Coffee and Music banyak diminati oleh pelanggan. hal tersebut dapat dibuktikan dengan jumlah pengunjung One Eighty Coffee and Music pada bulan Januari – Desember 2017 :

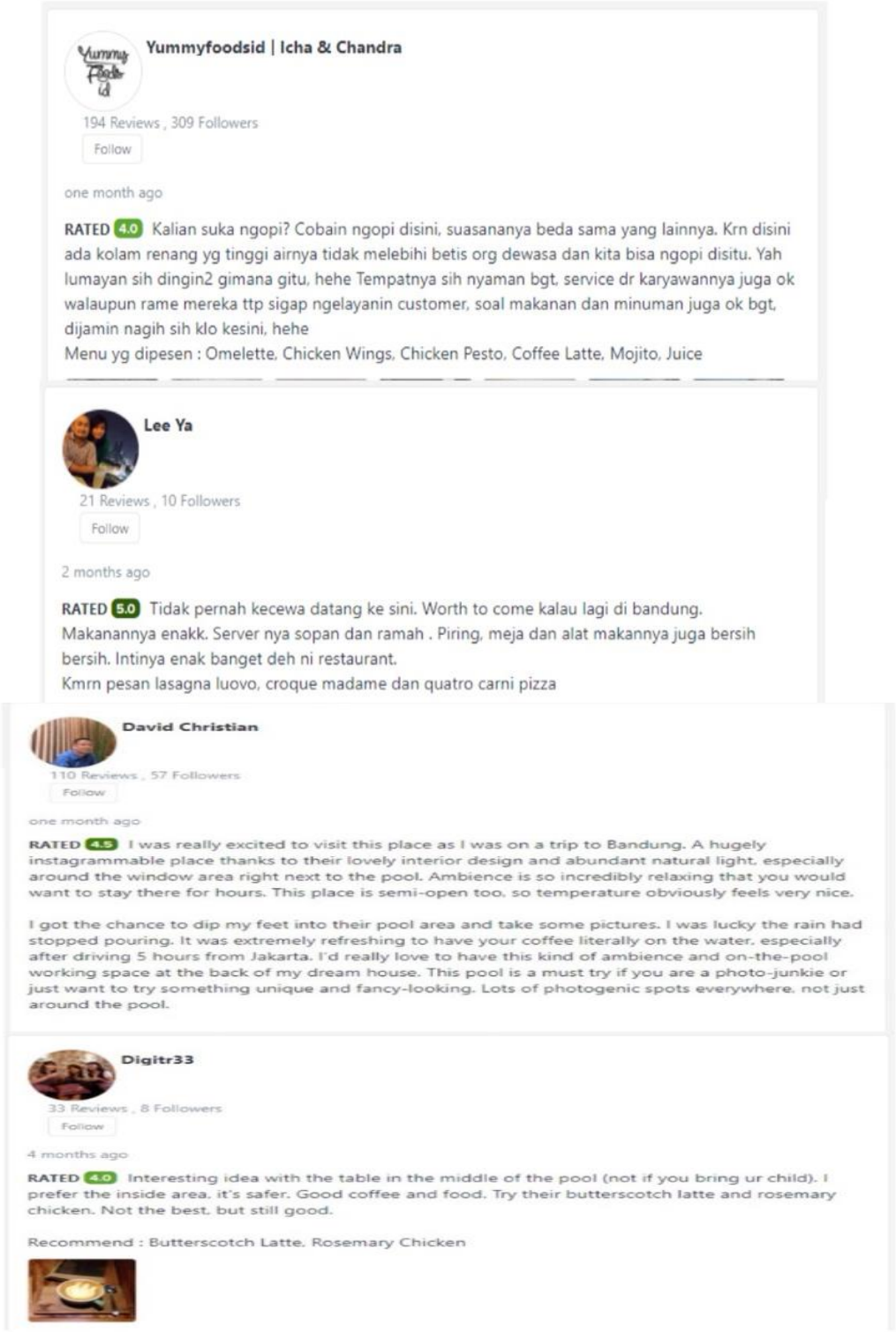


Gambar 1. 4 Jumlah Pengunjung Periode 2017
Sumber: One Eighty Coffee and Music

Dari gambar 1.5 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung One Eighty Coffee and Music dari bulan Januari sampai Desember 2017 mempunyai pola fluktuatif setiap bulannya. Jumlah pengunjung terbanyak berada pada bulan Januari dan Desember dengan jumlah pengunjung berada di atas angka 16.000 orang. Dan pada bulan-bulan lainnya jumlah pengunjung berada di atas angka 10.000 orang. Dengan jumlah tersebut maka dapat dikatakan bahwa One Eighty Coffee and Music merupakan restoran yang relatif masih baru tetapi sudah mampu menarik minat banyak pengunjung dari dalam maupun luar wilayah Bandung. One Eighty Coffe and Music pun memiliki lokasi yang strategis dibandingkan dengan kafe yang lain. Contohnya, Cafe D'Pakar dan Armor Kopi yang memiliki lokasi yang cukup jauh dari pusat kota dan akses yang kurang memadai. Hal tersebutlah yang menjadi alasan bagi peneliti untuk memilih One Eighty Coffee and Music sebagai tempat penelitian.

Selain itu dengan banyaknya pengunjung One Eighty Coffee and Music ini mewakili banyaknya kesan dan testimoni yang timbul tentang kepuasan seorang pelanggan. Testimoni dibagikan melalui media sosial maupun *website* yang secara khusus menyediakan informasi tentang restoran, seperti Zomato, TripAdvisor, dan lain-lain. Dalam hal ini peneliti mengambil beberapa testimoni pengunjung One

Eighty Coffee and Music dari *website* Zomato. Berikut adalah testimoni yang didapat dari *website* Zomato :



Gambar 1. 5 Testimoni Pelanggan One Eighty Coffee and Music
Sumber: https://www.zomato.com/ diakses pada 20 Maret 2018

Dari data testimoni diatas dapat dilihat bahwa pelanggan merasa puas setelah datang ke One Eighty Coffee and Music. pelanggan memberikan *rating* atau penilaian terhadap One Eighty Coffee and Music dari nilai 4.0 sampai dengan 5.0. Mereka yang telah datang ke One Eighty Coffee and Music merasa puas dengan pelayanan yang ramah. Suasana toko yang nyaman, ini dikarenakan desain kafe yang sesuai dengan konsep natural industrial yaitu perpaduan dari beberapa elemen industri dan elemen natural yang berkelas, nyaman, dan aman serta *memorable* bagi setiap konsumen yang datang dan ada *pool area* yang membuat kafe ini terlihat unik. Selain itu mereka memberikan testimoni terhadap rasa dari makanan atau minuman yang disajikan di kafe tersebut yang mereka nilai cukup baik.

Dari berbagai macam gambaran menurut konsumen dari testimoni yang ada maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MENDORONG KEPUASAN PELANGGAN PADA ONE EIGHTY COFFEE AND MUSIC"**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kepuasan pelanggan pada One Eighty Coffee and Music?
2. Apa saja faktor–faktor dominan yang mendorong kepuasan pelanggan pada One Eighty Coffee and Music ?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan pada One Eighty Coffee and Music
2. Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang dominan yang mendorong kepuasan pelanggan pada One Eighty Coffee and Music.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan perbandingan dan pengembangan yang lebih untuk mengkaji ilmu manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini

diharapkan juga dapat menjadi bahan acuan, informasi, dan bahan referensi bagi penulis lain yang hendak melakukan penelitian di bidang yang sama.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai salah satu bahan masukan bagi perusahaan, terutama untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang akan dijabarkan menjadi beberapa sub-bab. Berikut ini akan dijelaskan mengenai penjabaran dari tiap bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan rehabilitas, serta teknik analisis data. Pada bab ini juga akan dijelaskan metode yang akan digunakan oleh peneliti pada penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisa data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran – saran untuk objek penelitian ataupun pihak – pihak terkait lainnya.