

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Gumati Café merupakan salah satu café di Kota Bogor yang hadir dengan nuansa alam pegunungan yang dipadukan dengan unsur budaya Jawa, Sunda dan Bali. Café ini merupakan outlet pertama dari Gumati *Group* yang didirikan pertama kali tanggal 20 Oktober 1999 oleh seorang pengusaha wanita bernama Ganis Gumati. Lokasinya terletak di Jalan Paledang No.26 Bogor. Gumati Café berada ditebing tinggi dengan suasana Gunung Salak yang menjadi salah satu daya tarik yang dimiliki oleh café ini.

Selain menyajikan makanan, Gumati Café juga memiliki fasilitas seperti ruang *meeting* dan galeri butik yang menjual pakaian batik dengan merek Acuk Gumati, pakaian batik yang dijual didesain secara eksklusif. Selain itu, terdapat galeri Siraden Gumati yang khusus menyediakan berbagai macam aksesoris seperti; anting, kalung, cincin, gelang dan lainnya. Gumati Café pun menyediakan paket untuk pesta pernikahan dan ulangtahun.

Lokasi yang strategis menjadikan Gumati Café mudah dijangkau bahkan oleh pengunjung dari luar Kota Bogor yang ingin menikmati suasana yang berbeda. Untuk menuju ke Gumati Café, pengunjung dari luar Kota cukup mengitari Kebun Raya Bogor. Jam operasional Gumati Café dimulai dari pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 23.00 WIB. Ada beberapa pilihan tempat yang tersedia di Gumati Café seperti; lesehan, balai Gumati, Gumati garden yang dilengkapi dengan kolam renang dan pendopo bergaya joglo.

Dalam bidang usaha restoran dan café, Gumati Café memiliki kompetitor seperti Café Dedaunan yang terletak di Kebun Raya Bogor, Kintamani Resto, dan Gili-Gili Resto yang berada di Jalan Padjajaran Kota Bogor.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Makanan adalah salah satu kebutuhan hidup manusia paling mendasar dan merupakan kebutuhan primer setiap manusia untuk mempertahankan hidupnya. Makanan selalu dibutuhkan manusia untuk dikonsumsi setiap hari.

Kegiatan makan dan aktivitas sosial seperti pertemuan di café sudah menjadi salah satu bagian dari gaya hidup bagi masyarakat perkotaan. Restoran dan café menjadi tempat berkumpul atau pertemuan bersama keluarga, teman, maupun klien. Selain faktor cita rasa makanan yang lezat dan pertimbangan harga, konsep restoran yang menarik juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih restoran atau café seperti apa yang akan dikunjungi.

Industri makanan dan minuman merupakan sektor strategis yang akan terus tumbuh, pertumbuhan restoran dan cafe di Kota Bogor sekarang ini dapat dikatakan cukup berkembang. Mengingat Kota Bogor yang letaknya berdekatan dengan Ibukota Jakarta, menjadikan Kota Bogor sebagai salah satu lokasi pariwisata alternatif yang dikunjungi oleh masyarakat disekitar Kota Bogor. Berikut adalah data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor yang menyatakan pertumbuhan restoran dan cafe dalam kurun waktu 3 tahun (2011-2013) :

Tabel 1.1
Jumlah Restoran dan Cafe di Kota Bogor

Tahun	2011		2012		2013	
Jumlah restoran dan café	Restoran	Café	Restoran	Café	Restoran	Café
	326	36	369	43	409	47
Total	362		412		456	

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bogor (2013)

Industri pariwisata disektor restoran dan cafe di Indonesia masih terkonsentrasi di Pulau Jawa dan Bali. Kedua daerah ini memiliki potensi yang cukup besar sebagai pusat pengembangan industri restoran dan cafe yang memiliki kontribusi lebih dari 73,6% dari total jumlah restoran dan cafe di Indonesia. Jakarta sebagai Ibukota Negara dan pusat bisnis di Indonesia, merupakan sentra pertumbuhan bisnis restoran dan cafe terbesar yang memiliki kontribusi sebesar 26,1% dari jumlah restoran dan cafe di Indonesia. Jawa Barat merupakan daerah pertumbuhan industri restoran dan cafe terbesar kedua setelah Jakarta dengan persentase 12,4%, kemudian diikuti oleh Jawa Timur sebesar

10,1% serta Jawa Tengah sebesar 8,6% dan DI Yogyakarta sebesar 3,4%. (<http://binaukm.com/sebaran-wilayah-usaha-peluang-usaha-rumah-makan-restoran/> diakses pada tanggal 28 Oktober 2013).

Jumlah restoran dan cafe yang terus meningkat dari tahun ke tahun, khususnya di Kota Bogor menyebabkan terjadinya persaingan antara pengusaha restoran dan cafe. Persaingan tersebut mengharuskan para pelaku bisnis makanan menerapkan strategi pasar yang menitikberatkan kepada kepuasan konsumen yang akan berarah pada tingkat loyalitas yang diberikan oleh pengunjung cafe. Hal ini disebabkan, kepuasan konsumen memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Setiap restoran dan cafe harus memenuhi kepuasan konsumen dengan menciptakan suasana lingkungan fisik yang menarik agar memberikan kepuasan terhadap konsumen dan mendorong keinginan konsumen untuk datang kembali.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan jasa yang diterima dan diharapkan, menurut Kotler dan Keller (2011:177). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan emosional faktor yang di dapat dari produk atau jasa tersebut. Kepuasan konsumen akan berujung pada tingkat loyalitas konsumen. Menurut Oliver, (2007:178) loyalitas konsumen merupakan suatu keadaan dimana terdapat komitmen yang kuat dalam pembelian ulang dan penggunaan kembali barang dan jasa perusahaan.

Servicescape adalah sebuah konsep yang dikembangkan oleh Booming dan Bitner untuk menekankan dampak lingkungan fisik dimana suatu proses pelayanan berlangsung. Menurut Lovelock & Wirtz (2011:227) *servicescape* adalah gaya dan wujud dari lingkungan fisik dan elemen-elemen eksperimental lainnya yang ditemukan pelanggan ditempat jasa tersebut disampaikan. *Servicecape* sebagai bagian dari landasan yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan penggunaan terhadap fasilitas *interior* dengan memberikan nilai tambah penjualan jasa ataupun barang yang ada di dalam gedung tersebut untuk meningkatkan loyalitas pengunjung.

Teori *servicescape* dapat menjadi salah satu bukti fisik yang dapat berpengaruh terhadap pandangan seseorang mengenai lingkungan fisik yang ada pada sebuah fasilitas komersial. Menurut Lovelock & Wirtz (2011:277) dimensi yang terdapat dalam *servicescape* meliputi *ambient condition, spatial layout and functionality* dan *signs, symbols and artifacts*.

Gumati Café termasuk salah satu cafe di Kota Bogor yang memiliki keunikan dari bukti fisik yang memfasilitasi kepuasan konsumen menuju kepada loyalitas yang diberikan oleh konsumen. Gumati Cafe memiliki desain ruangan yang sangat tradisional dengan pemandangan alam yang tertuju pada keindahan Gunung Salak serta pemanfaatan material batu bata merah dan ornamen kayu-kayu. Terdapat pula kolam renang yang dihiasi oleh kain dan patung-patung ciri khas Pulau Dewata. Serta ditanam pohon untuk memberikan kesejukan seperti pohon kelapa dan kamboja. Di beberapa sudut ruangan terdapat banyak lukisan dan benda-benda klasik seperti miniatur delman dan becak, serta peralatan rumah tangga kuno yang tertata dengan rapih. Pencahayaan di cafe ini menggunakan lampu berwarna kuning serta cahaya lilin dan obor untuk mendukung kesan yang natural. Sedangkan pada siang hari, pencahayaan secara alami didapat dari sinar matahari karena ruangan di Gumati Café di desain dengan terbuka. *Backsound* musik yang di perdengarkan adalah musik khas tatar sunda untuk menunjang terciptanya suasana tradisional.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan dengan pihak manajemen Gumati Café, penulis memperoleh hasil data yang menyatakan tingkat penurunan pengunjung Gumati Café Bogor, periode Juli 2013-Januari 2014:



Gambar 1.1
Jumlah Pengunjung Gumati Café

Sumber: Manajemen Gumati Café

Dari grafik diatas dapat dilihat tingkat penurunan jumlah pengunjung Gumati Café, pada bulan Juli 2013 jumlah pengunjung Gumati Café berjumlah 1025 pengunjung dan bulan Agustus mengalami peningkatan menjadi 1237 pengunjung, terjadi kenaikan 3% karena pada kedua bulan ini bertepatan dengan bulan Ramadhan. Namun pada bulan September 2013 terjadi penurunan yang cukup signifikan sebesar 6%, diikuti bulan selanjutnya yang menunjukkan jumlah pengunjung Gumati café semakin menurun hingga bulan Januari 2014.

Dilihat dari data jumlah pengunjung Gumati café, terjadi penurunan jumlah pengunjung setiap bulannya. Maka dari itu, penulis melakukan wawancara secara acak kepada 20 pengunjung Gumati café untuk mengetahui bagaimana pendapat mereka tentang *servicescape* yang ada di Gumati Café.

Tabel 1.2
Hasil Wawancara

No	Kelebihan dan Kekurangan <i>Servicescape</i> di Gumati Café Bogor	Jumlah Responden
1	Konsumen merasakan suasana yang nyaman	3
2	Konsumen berpendapat seragam yang dikenakan karyawan Gumati Cafe unik	3
3	Konsumen menyukai pemandangan yang ada di Gumati Café	4
4	Konsumen merasakan tempat duduk yang kurang nyaman	2
5	Konsumen merasakan kebersihan dan kenyamanan toilet kurang memadai	5
6	Konsumen merasakan tempat parkir yang kurang luas	3
	Total Jumlah Responden	20

Sumber data diolah penulis (2014)

Dilihat dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa ketidakpuasan *servicescape* pada dimensi *ambient condition* dengan indikator kebersihan dan kenyamanan toilet dirasakan kurang oleh pengunjung, serta indikator kedua yaitu area parkir yang luas dalam dimensi *spatial layout and functionality* menjadi keluhan ketidakpuasan atas *servicescape* yang ada di Gumati Café. Akan tetapi, disisi lain konsumen merasakan kepuasan dalam indikator suasana yang nyaman, menyukai pemandangan yang ada di Gumati Café dan berpendapat bahwa seragam yang dikenakan oleh karyawan Gumati Café unik, indikator ini termasuk kedalam dimensi *ambient condition* dalam *servicescape*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang keunikan *servicescape* dengan cara mengukur tingkat loyalitas konsumen pada Gumati Café. Adapun judul penelitian ini adalah: **“PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN**

DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI GUMATI CAFÉ BOGOR”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah dimensi *ambient condition* berpengaruh dalam *servicescape* secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya?
2. Apakah dimensi *spatial layout and functionality* berpengaruh dalam *servicescape* secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya?
3. Apakah dimensi *signs, symbols and artifacts* berpengaruh dalam *servicescape* secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya?
4. Apakah dimensi *ambient condition, spatial layout and functionality* serta *signs, symbols and artifact* dalam *servicescape* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *ambient condition* dalam *servicescape* secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh *spatial layout and functionality* dalam *servicescape* secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya.
3. Untuk mengetahui pengaruh *signs, symbols and artifacts* dalam *servicescape* secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya.

4. Untuk mengetahui pengaruh *ambient condtion*, *spatial layout and functionality* serta *signs, symbols and artifact* dalam *servicescape* secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Gumati Café dan seberapa besar pengaruhnya.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menabahnya pengetahuan dan pemahaman mengenai implementasi dari *servicescape* serta dapat mempraktikkan teori-teori yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan.

2. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan guna meningkatkan mutu kualitas kenyamanan lingkungan dan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen, sehingga dapat terciptanya loyalitas yang diberikan oleh konsumen.

3. Perguruan Tinggi

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pustaka dalam melakukan penelitian ilmiah lainnya dan menambah pengetahuan mengenai *servicescape* bagi mahasiswa Telkom University.

4. Bagi pihak-pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan menambah pengetahuan pembaca mengenai *servicescape* dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen, serta diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan untuk studi perbandingan maupun studi lanjutan.

1.6 Batasan Masalah dan Ruang Lingkup Penelitian

Batasan dari penelitian ini bertujuan agar pembahasan yang diteliti oleh peneliti terarah dan tidak meluas. Adapun batasan lingkup penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu:
 - a. Variabel independen adalah *servicescape* yang mencakup ketiga dimensi *servicescape* yaitu *ambient condition, spatial layout and functionality*, serta *signs, symbols and artifacts*.
 - b. Variabel *intervening* atau variabel penghubung yaitu kepuasan konsumen.
 - c. Variabel dependen yaitu loyalitas konsumen.
2. Penelitian ini dilakukan di Gumati Café yang berlokasi di Jalan Paledang No. 26 Bogor. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Gumati Café pada bulan Desember 2013 sampai dengan Maret 2014.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menegaskan pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, meliputi uraian tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian di analisis dengan metode analisis data yang ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan tentang analisis tersebut.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta saran yang dapat diberikan KEPADA pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.