

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan dan keinginan manusia terus berkembang dan tidak terbatas seiring dengan perkembangan zaman. Manusia tidak lagi mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri sehingga dapat diperlukan adanya organisasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia tersebut. Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini di tandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen.

Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi. Dalam konteks ekonomi, tujuan akhir yang di capai manusia adalah terpenuhinya kebutuhan hidup, dan sekaligus meraih kesejahteraan dan kebahagiaan. Hidup sejahtera dan bahagia mustahil tercapai tanpa kecukupan secara finansial.

Memenangkan persaingan perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Syaratnya yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Garis besarnya perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk yang di hasilkan di antaranya tentang harga yang terjangkau, kualitas yang baik, lokasi yang layak dan promosi yang bagus dan maksimal sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli suatu produk.

Dengan memahami perilaku konsumen dalam memilih produk, pemasaran dapat memahami dengan sebenarnya apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, alasan melakukan pembelian produk, sehingga dengan mengetahui adanya peluang pasar yang dapat di penuhi oleh produk perusahaan maka perusahaan dapat memenuhi selera konsumen yang berarti kepuasan bagi konsumen.

Hal ini yang mendorong munculnya beragam restoran yang menyajikan tidak hanya menu dengan citra rasa tinggi namun juga produk, harga, lokasi suasana makan

dan tata ruang restoran yang menarik. Wisata kuliner saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi industri kuliner yang berikan tidak hanya citra rasa tetapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya. Permintaan dan daya tarik konsumen yang tinggi terhadap wisata kuliner membuka peluang usaha dengan beragam restoran. Hal ini terbukti dengan mudah ditemukan berbagai jenis restoran yang menyajikan dengan fasilitas dan layanan yang baik. Konsep restoran dengan suasana makan dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting pada suatu usaha di bidang kuliner agar konsumen tetap berkunjung serta mampu menarik konsumen baru.

Carnival Resto and Café adalah merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner adapun sebelumnya bernama Carnival Bistro. Carnival Bistro yang berlokasi di jalan G.Obos Induk kota Palangkaraya ini adalah usaha milik Ibu Yumey Wangi, dalam beberapa bulan terakhir tempat usaha ini sempat tutup dikarenakan pandemi Covid-19 sehingga banyaknya konsumen yang melakukan kegiatan WFH (*work from home*) karena takut terpapar virus Covid-19, yang mengakibatkan usaha di bidang kuliner menjadi berdampak pada penurunan pendapatan secara signifikan pada proses penjualannya. Carnival Bistro lalu dibuka kembali tanggal 24 Juli 2021 dan berganti nama dengan Carnival Resto & Café dimana pembukaan Carnival Resto & Café yang baru masih dalam keadaan PPKM (**Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat**). Sehingga Carnival Resto & Café masih diperbolehkan menerima konsumen hanya 50% sehari dari semua total konsumen Carnival Resto & Café.

Carnival Resto & Café menjual berbagai menu makanan dan minuman mulai dari makanan khas Indonesia bahkan sampai mancanegara. Selain itu perusahaan ini juga memiliki dua anak cabang yaitu Martabak Carnival yang berlokasi yaitu di jalan Rajawali dan G.Obos yang berada di Kota Palangkaraya. Dalam hal ini membuat Carnival Resto & Café Palangkaraya menjadi daya tarik konsumen yang dilihat dari segi makanan untuk kebutuhannya. Banyaknya tentang persaingan bisnis kuliner sampai sekarang ini masih banyak di pertahankan oleh produsen dengan kebutuhannya. Menu hidangan pada Carnival Resto & Café Palangkaraya yaitu dibagian Resto terdapat *Western, Pasta, Indonesia Favorite*, dan Nasi Goreng, sedangkan di Café adalah *All Variants Coffe, Bottle Drink, Snack, dan Rice Bowl* yang merupakan menu andalan yang ditawarkan ke konsumen. Sehingga konsumen dapat memilih menu dengan berbagai macam variasi

dengan kualitas dan rasa yang baik serta tampilan yang unik, sesuai keinginan dan harga yang ditawarkan.

Di samping itu harga dari menu hidangan tersebut sangat terjangkau yang diberikan kepada seluruh konsumen. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau dan bersaing dengan Resto & Café lainnya, dimulai dengan harga Rp18.000 sampai dengan RP 180.000/porsi. Strategi ini dilakukan oleh pihak Carnival Resto & Café agar produknya dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.

Produk, harga, lokasi dan promosi merupakan bauran pemasaran (4P). Carnival Resto & Café melakukan beberapa bentuk promosi antara lain melalui media sosial seperti instagram, facebook, tiktok dan secara tidak langsung menggunakan promosi WOW (*Word Of Mouth*), secara empirik promosi pada Carnival Resto & Café sangat mempengaruhi penjualan karena melalui promosi, konsumen dapat lebih mengetahui dan mengamati produk apa saja yang terbaru.

Hal ini yang menjadi tugas utama Carnival Resto & Café adalah memenuhi keinginan konsumen gunanya untuk menarik daya minat beli konsumen agar mencapai tujuan utama pencapaian terciptanya konsumen yang loyal. Konsumen lebih selektif dalam memilih tempat Restoran & Café karena banyaknya tempat lain dan memiliki kelebihan yang berbeda dengan berbagai macam menu hidangan lainnya. Oleh karena itu, jika konsumen sudah terpenuhi keinginannya dalam menikmati hidangan saat ini dibuktikan dengan adanya peningkatan daya minat beli dan loyalitas yang tepat pada Carnival Resto & Café. Hal ini yang membuat penulis tertarik menggunakan produk, harga, lokasi dan promosi sebagai variabel bebas yang digunakan untuk penelitian ini terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat dengan kepuasan pelanggan sebagai *variable intervening*.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Carnival Resto & Café Palangkaraya?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Carnival Resto & Café Palangkaraya?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Carnival Resto & Café Palangkaraya?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Carnival Resto & Café Palangkaraya?

5. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Carnival Resto & Café Palangkaraya?
6. Apakah kualitas produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Carnival Resto & Café Palangkaraya?

C. Batasan Masalah.

1. Penelitian dilakukan pada pelanggan Carnival Resto & Café Palangkaraya.
2. Faktor pertimbangan dalam keputusan pembelian produk dari carnival resto & café:
 - a. Harga: Keterjangkauan harga, harga dengan manfaat yang di terima (porsi).
 - b. Kualitas produk: kelezatan, citra merek, kualitas bahan baku.
 - c. Lokasi: Strategis, tempat halaman parkir yang luas, dapat di jangkau dengan mudah.
 - d. Promosi: media elektronik dan media sosial.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Carnival Resto & Café Palangkaraya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Carnival Resto & Café Palangkaraya.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Carnival Resto & Café Palangkaraya.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Carnival Resto & Café Palangkaraya.
5. Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Carnival Resto & Café Palangkaraya.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan promosi terhadap loyalitas konsumen pada Carnival Resto & Café Palangkaraya.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat bermanfaat dalam memperluas wawasan mengenai strategi pemasaran dan mempeleajari pasar serta mempelajari perilaku konsumen dalam menentukan kepuasan konsumen agar tercapainya sebuah loyalitas konsumen. Hal ini sangat bermanfaat bagi peneliti ketika memasuki dunia usaha, karena dalam menjalani sebuah usaha harus mampu menghadapi sebuah persaingan. Karena perkembangan ekonomi global semakin berkembang sehingga pengusaha harus lebih kreatif dalam memasarkan produk baik dari segi produk, harga, lokasi dan promosi.

2. Bagi Lembaga STIE MALANGKUÇEÇWARA.

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk penambahan data/referensi yang berkaitan dengan Kearsipan khususnya di STIE MALANGKUÇEÇWARA dan dapat digunakan sebagai referensi dalam penyusunan laporan praktek kerja lapangan.

3. Bagi Masyarakat.

Hasil penelitian ini diharapkan masyarakat lebih memahami lagi tentang Restoran & Café, sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan masyarakat dalam minat berkunjung ke Carnival Resto & Café Palangkaraya.

4. Bagi Perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas produk, harga, lokasi dan promosi kelak perusahaan dapat melakukan evaluasi dan memperbaiki sistem produk, harga, lokasi, dan promosinya.