

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner adalah bisnis penyedia jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajiannya. Usaha jasa makanan dan minuman yang dimaksud tersebut meliputi : restoran, restoran waralaba, kafe, pusat penjualan makanan dan minuman (pujasera) dan jasa boga (cathering). Semakin besarnya peluang dalam bisnis kuliner ini mendorong adanya persaingan ketat pada bisnis kuliner khususnya dalam meraih pangsa pasar. Kondisi ini tentunya mempengaruhi perusahaan untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat sebagai bentuk solusi perusahaan dalam menangani persaingan yang terjadi. (Wulandari, 2019)

Jenis-jenis dari berbagai bisnis kuliner antara lain :

1. Restoran merupakan usaha menyiapkan dan menyajikan makanan serta minuman kepada pelanggan. Restoran menyediakan tempat bagi orang duduk dan makan makanan yang dimasak serta disajikan di tempat dengan harga yang telah ditentukan. Restoran juga terkadang melayani pembeli yang menginginkan makanannya untuk dibawa pulang (*take away*).
2. Toko Roti (*Bakery*) adalah tempat usaha kuliner yang produk utamanya adalah kue dan roti. Sebagai contoh roti tawar, roti manis, *croissant*, aneka *danish pastry*, dan aneka *cake*. Selain kue dan roti kontinental, beberapa toko roti menjual kue-kue tradisional Indonesia. Pada umumnya toko roti juga menerima pesanan kue sesuai permintaan pelanggan, seperti kue ulang tahun dengan desain tertentu.
3. Kafe disebut juga kedai kopi. Pada awalnya tempat-tempat ini hanya menyajikan kopi. Seiring perkembangan zaman, kafe juga menjual makanan tetapi dalam macam yang terbatas. Minuman kopi yang dijual di kafe sangat bervariasi, yaitu kopi-kopi yang diseduh manual ataupun menggunakan mesin espresso.

Industri roti (*Bakery*) merupakan salah satu kelompok industri makanan, dari berbagai industri yang ada, yang memanfaatkan tepung terigu, telur, mentega menjadi suatu produk pangan yang siap dikonsumsi dan, memiliki nilai jual. Jika diperhatikan, industri roti memiliki prospek yang cerah dengan semakin populernya roti di kalangan masyarakat sebagai makanan pengganti makanan pokok. Ditambah lagi, roti dianggap sebagai makanan yang praktis untuk dikonsumsi karena tidak memerlukan persiapan yang lama dalam penyajiannya atau makanan cepat saji. Dengan berkembangnya industri roti dalam dunia bisnis mengakibatkan semakin banyak pula jenis roti yang menjadi pilihan masyarakat. Dengan demikian, para pengusaha yang bergerak dalam bisnis *bakery*, terutama roti, harus dapat memberikan nilai tambah kepada produknya agar dapat menjadi pilihan masyarakat. Selain itu, strategi pemasaran yang tepat juga sangat mendukung. Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan nilai tukar yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Rahmawati (2019).

Industri *bakery* (toko kue dan roti) di Indonesia terus berkembang mulai dari industri rumahan sampai outlet bakery waralaba. Bisnis bakery juga merupakan salah satu bisnis kuliner yang menjanjikan, karena bahan baku yang melimpah, dan minat masyarakat pada makanan sejenis roti maupun kue juga terus mengalami peningkatan.

Tabel 1.1 Jumlah usaha rumah makan, kantin, dan toko roti di Jakarta Utara tahun 2019

Kecamatan	Rumah Makan	Kantin	Toko Roti	Jumlah
Pademangan	74	-	4	78
Tanjung priok	40	8	5	53
Cilincing	2	-	6	8
Penjaringan	204	6	10	220
Koja	7	6	20	33
Kelapa Gading	280	25	23	328
Jakarta Utara	607	45	68	720

Sumber : badan pusat statistik (2019)

Dari sekian banyak industri bakery dynamic menjadi salah satu bagian dari bisnis ini. Dynamic bakery ini sudah didirikan sejak tahun 1992 dan sampai saat ini Dynamic bakery memiliki 13 cabang. Di kota Jakarta Dynamic bakery mempunyai cabang yang beralamat di jalan Kelapa Gading Boulevard, Blok TT2 No. 23-24, RT.10/RW.15, Klp. Gading Tim., Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240. Dengan visi memperkenalkan kepada seluruh customer dan masyarakat pentingnya makanan yang sehat bagi kesehatan tubuh. Dan misi memproduksi makanan dari bahan-bahan natural berkualitas terbaik. Serta konsep *Always for better taste with best Natural ingredients*. adapun dengan visi, misi, dan konsep dynamic bakery dimulai dari pemilihan dan penggunaan bahan-bahan premium, dilanjutkan dengan proses pembuatan yang higienis, berteknologi tinggi hingga dikemas dan siap disajikan, dynamic bakery percaya bahwa keseluruhan proses adalah satu kesatuan yang sangat penting. Dynamic bakery konsisten dan tidak mentolerir penggunaan bahan pengawet maupun penambahan MSG ke dalam produk-produk dynamic bakery. Dengan visi, misi, dan konsep bisnis yang mereka junjung tinggi ini menjadikan toko bakery semakin maju. Dynamic bakery menjual berbagai macam produk diantaranya adalah, aneka roti, kue kering, kue basah, kue tart, dan kue tradisional aneka jajanan pasar. Bahkan aneka jajanan pasar menjadi produk menjadi *best seller*, diantaranya lempur, arem-arem organik, kue lapis Surabaya dan bolu kukus coklat. Aneka jajanan pasar yang menjadi best seller di Dynamic Bakery merupakan fenomena yang menarik untuk di teliti, karena seharusnya roti, kue dan pastry yang menjadi produk andalan bakery justru kalah populer dengan aneka jajanan pasar atau kue tradisional.

Oleh karena itu dynamic menerapkan strategi, agar konsumen mau melakukan pembelian ulang terhadap produk yang di jual oleh dynamic bakery. Pengembangan di dalam dunia bisnis salah satunya yaitu pemasaran (*marketing*) yang merupakan salah satu fokus dalam dunia bisnis. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran bisnis yang lebih baik. Saat ini perkembangan bisnis makanan mengalami kemajuan yang sangat pesat. Tidak hanya makanan tradisional tetapi juga makanan modern yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Masyarakat cenderung mencari makanan cepat saji dan ringan, nasi. Roti atau makanan ringan yang langsung bisa dipesan tanpa menunggu lama. Perlu adanya evaluasi

masyarakat saat ini mengkonsumsi makanan untuk kebutuhan mereka terlebih dari segi kualitasnya. Kesadaran dari perusahaan roti pada umumnya menjadi pertimbangan untuk terus bisa meningkatkan kualitas produk dan kepuasan kepada para pelanggan agar menentukan keputusan pembelian terhadap produk pada bisnis kuliner yang akan memberikan timbal balik kepada perusahaan tersebut atau dengan kata lain akan melakukan pembelian terhadap produk yang dijual dynamic bakery.

Menurut Kotler dan Armstrong (2019:345) harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2016:4) bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Keputusan pembelian menjadi salah satu hal yang penting untuk membuat suatu bisnis kuliner dapat berkembang dan sukses. Keputusan untuk membeli dan pembelian ulang dipengaruhi oleh berbagai faktor, sebagaimana yang dikemukakan oleh Menurut Kotler & Armstrong (2019:181) keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2016:138) Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi pelanggan akan tidak puas, Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas, Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen Dynamic Bakery.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian?
5. Apakah keputusan pembelian berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah harga berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam menentukan dan menerapkan strategi pemasaran perusahaan.
2. Bagi peneliti
Penelitian ini akan menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam ilmu yang telah diberikan dalam kuliah, terutama pada bidang Pemasaran, khususnya

pada subjek yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, yaitu harga, kualitas produk, keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi pihak lain

Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau rujukan. Referensi untuk kegiatan penelitian yang lebih mendalam lainnya, khususnya untuk para akademisi, serta menambah wawasan bagi kalangan non akademisi.