

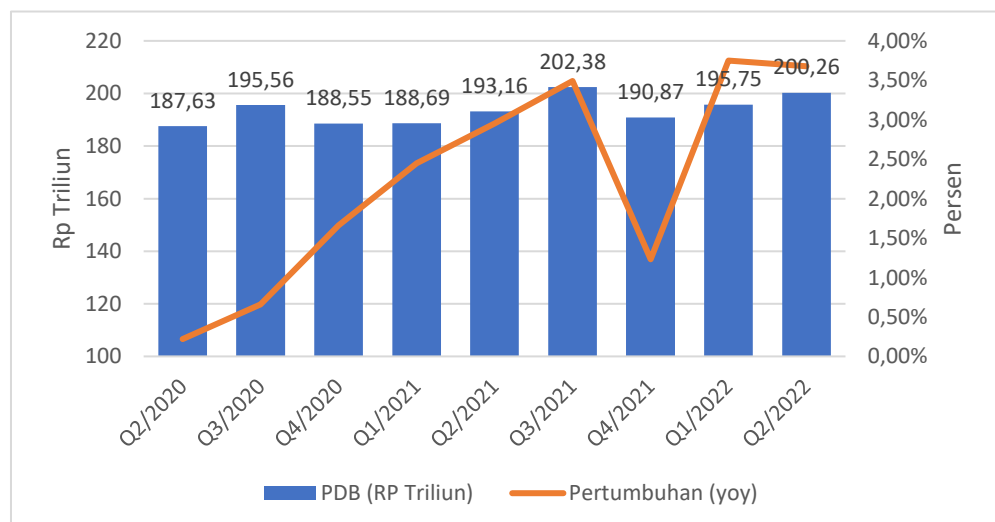
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi pada sektor industri makanan dan minuman, mendorong para pelaku bisnis untuk semakin meningkatkan kualitas produk dan jasanya. Para pelaku bisnis ini akan bekerja lebih keras untuk menciptakan dan mengembangkan produknya dengan memberikan bahan baku yang berkualitas serta melakukan perluasan pangsa pasar agar dapat mempertahankan konsumen dan eksistensi perusahaan. Upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan penjualan adalah dengan melakukan strategi marketing, misalnya menetapkan harga sesuai kualitas dan cita rasa produk yang sepadan, memberikan kualitas pelayanan yang prima serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Oleh karena itu, masyarakat akan lebih memilih restoran atau tempat makan sebagai tempat untuk berkumpul bersama keluarga, pasangan, teman, atau kerabat dan mengambil foto yang *instagramable* atau layak untuk diunggah ke media sosial seperti instagram. Selain bersaing dari segi kualitas produk dan strategi marketingnya, para pelaku bisnis harus mampu menciptakan cita rasa yang disukai konsumen, hal itu akan menjadi penentu bahwa apakah perusahaan tersebut dapat berdiri lama atau tidak ditengah-tengah persaingan usaha industri makanan dan minuman di Indonesia.

Sektor industri makanan dan minuman masih menjadi salah satu penyumbang kontribusi terbesar terhadap PDB Indonesia. Sepanjang tahun 2022 industri makanan dan minuman memiliki trend yang positif dan mengalami pertumbuhan dalam beberapa waktu terakhir. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) di industri makanan dan minuman sebesar Rp 200,26 triliun pada kuartal II/2022. Jumlah itu meningkat 3,68% dari periode yang sama tahun lalu sebesar Rp 193,16 triliun. Kinerja pada industri makanan dan minuman cenderung mengalami tren yang menguat setelah mengalami perlambatan pada kuartal II/2020. Hal ini menandakan bahwa kondisi sektor industri makanan dan minuman di Indonesia telah pulih dari dampak Pandemi Covid-19, (<https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-368-pada-kuartal-ii2022>, 16 Agustus 2022).



Sumber data : Badan Pusat Statistik (2022), dalam dataindonesia.id

Gambar 1
PDB Industri Makanan dan Minuman (Q2/2020-Q2/2022)

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi setiap orang, sehingga bisnis kuliner menjadi pilihan peluang usaha yang menjanjikan dan menarik untuk dijalankan. Bisnis kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang dilakukan oleh seseorang yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Bisnis kuliner ini pun bervariasi mulai dari lauk pauk, camilan, minuman, dan jenis makanan lainnya seperti *asian & western food*. Asian food memiliki berbagai bahan yang bervariasi mulai dari beras, mie, *seafood*, sayur, ayam dan daging. Sedangkan untuk western food lebih banyak menggunakan daging dan gandum sebagai bahan utama. Selain dari segi bahan, masakan asian dan western juga memiliki perbedaan lainnya yaitu dari metode cara untuk memasak, bumbu-bumbu, bahan makanan, varian rasa, dan ukuran masakannya. (<https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/valenciafebrianiyohan6264/61efaf3106310e7c9d3fe502/sekilas-perbedaan-masakan-western-dan-asia>, 25 Januari 2022).

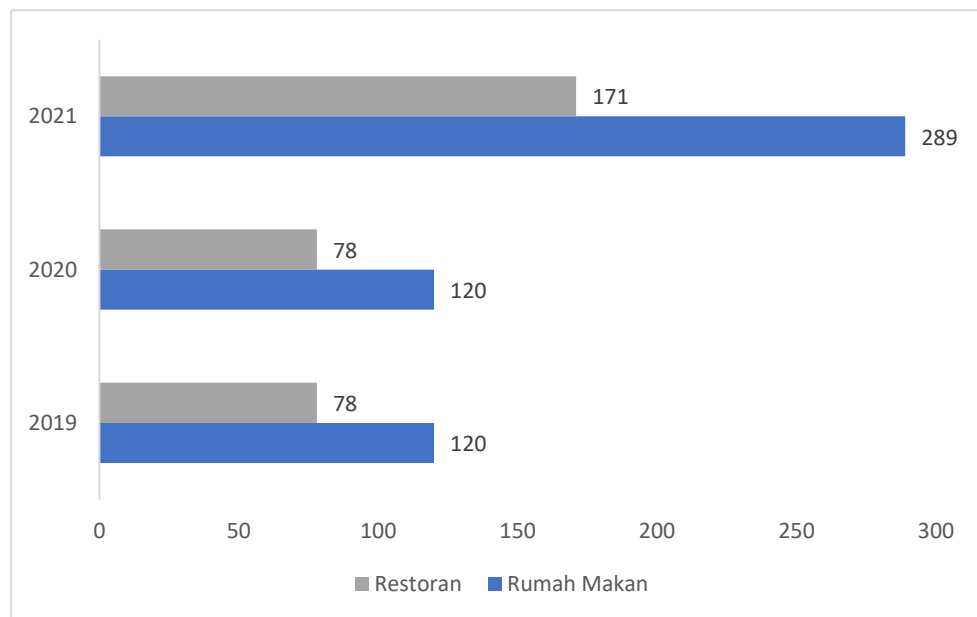
Bisnis kuliner di Indonesia saat ini cukup menjanjikan untuk para pelaku usaha, karena termasuk salah satu bisnis yang terus berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Potensi sebuah bisnis kuliner ada di semua tempat kegiatan ekonomi berlangsung, mulai dari pasar tradisional, kafe hingga restoran modern. Berbagai kreasi dan inovasi makanan yang disukai *foodie* atau pecinta kuliner di Indonesia ini mulai dari yang unik hingga ekstrem. Selain dilihat dari segi inovasi produk, para pelaku bisnis sebaiknya lebih memerhatikan kenyamanan dan konsep desain

restoran. Masyarakat Indonesia mulai dari anak remaja hingga orang dewasa lebih suka *hangout* sekedar duduk dan mengobrol di kafe atau restoran yang nyaman, sejuk dan harga terjangkau sambil menyantap makanan. Suasana yang nyaman dan harga murah ini dapat menarik banyak konsumen baru.

Saat ini pada sektor industri restoran dan rumah makan mengalami kenaikan karena pemulihannya dari masa pandemi Covid-19 dan beralih ke *new normal*. Pada era *new normal* ini juga semakin banyak inovasi teknologi yang hadir dan sangat membantu pengusaha restoran dari segi operasional maupun efisiensi restoran. Dengan menggunakan layanan digital seperti sistem *barcode* serta sistem pembayaran *e-wallet* maupun *QRIS* akan memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan dan pembayaran yang efisien. Jumlah rumah makan dan restoran juga naik diiringi dengan banyaknya yang gulung tikar. Maka dari itu, lapangan pekerjaan pun ikut meningkat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 terdapat penambahan sebesar 1,1 juta lapangan kerja di sektor industri restoran dan rumah makan. Sehingga, dapat membantu pertumbuhan perekonomian serta mengurangi angka pengangguran, (<https://www.google.com.amp/s/www.yummyadvisor.id/business-academy/perkembangan-pesat-industri-restoran-dan-rumah-makan-dan-tips-agar-bisnis-anda-mampu-bertahan-2/amp/>, 04 Januari 2023).

Berdasarkan data dari BPS Provinsi Jawa Barat, banyaknya rumah makan atau restoran di Jawa Barat khususnya Kota Bogor pada tahun 2020 tidak mengalami kenaikan maupun penurunan dari tahun sebelumnya. Akan

tetapi, bisnis rumah makan atau restoran di tahun 2021 mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Rumah makan atau restoran Kota Bogor memang cepat pulih bahkan tumbuh selama pandemi covid dan sudah banyak sejak dulu, kemungkinan untuk kedepannya bisnis kuliner di Kota Bogor akan semakin banyak para pelaku usahanya.



Sumber data : jabar.bps.go.id

Gambar 2
Banyaknya Rumah Makan/Restoran di Kota Bogor
Provinsi Jawa Barat 2019-2021

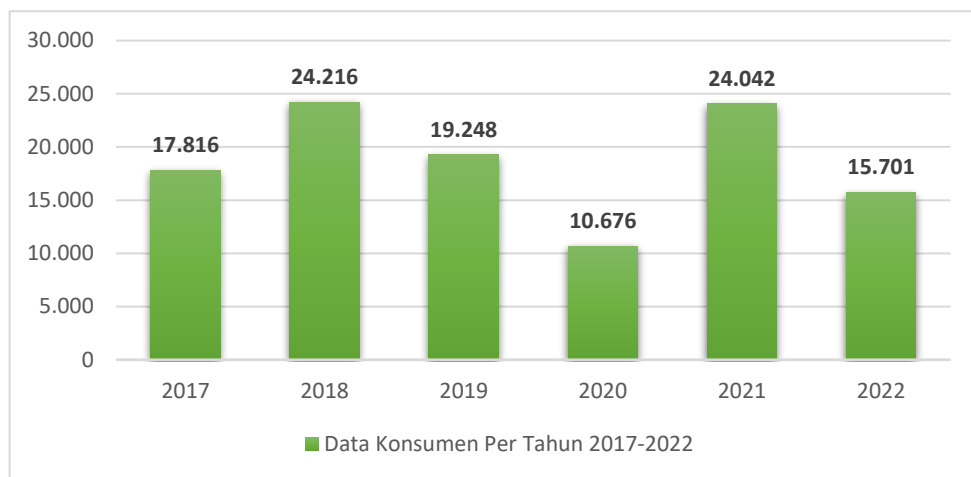
Kota Bogor memiliki julukan sebagai kota hujan yang membuat cuaca disekitar menjadi dingin dan sejuk dibandingkan dengan wilayah lain di Jabodetabek. Hal ini yang membuat banyak masyarakat dari luar kota dan wisatawan asing yang berkunjung untuk liburan dan merasakan kesejukan. Sehingga membuat para pengunjung ingin mendatangi kawasan di Kota Bogor yang salah satunya yaitu tempat kuliner. Menjamurnya usaha atau tempat kuliner di Kota Bogor menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung

misalnya restoran. Deretan restoran di Kota Bogor sangat bervariasi seperti memiliki tempat menarik dan kekinian, pemandangan yang indah serta dapat dijadikan tempat untuk acara *wedding* dan *engagement*, salah satunya yaitu The Teras Dara Restaurant & Lounge yang cocok dijadikan tempat untuk berkumpul bersama orang-orang terdekat maupun kerabat.

The Teras Dara Restaurant & Lounge merupakan tempat kuliner atau restoran yang terletak di Kota Bogor tepatnya pada Jalan Ahmad Yani No. 52-54 Kecamatan Tanah Sareal. Konsumen dengan mudah dapat menemukan tempat ini karena lokasi yang strategis dan dipinggir jalan. The Teras Dara Restaurant & Lounge menawarkan tempat untuk berbagai kegiatan acara, seperti ulang tahun, seminar, *meeting*, serta memiliki paket produk untuk acara pernikahan atau *wedding package*, lamaran, serta *party planner*. Nuansa kekinian yang didominasi dengan warna terang menjadi tempat yang pas untuk berkumpul. Suasana hangat yang membuat nyaman, konsep desain yang kekinian dan terdapat fasilitas seperti *wifi*, area merokok, *outdoor* (luar ruangan) dan *indoor* (dalam ruangan). Disini juga menyediakan menu makanan dengan berbagai cita rasa yaitu asian dan western yang dapat memanjakan lidah konsumen.

Sejak dibuka di Kota Bogor pada tahun 2017, The Teras Dara Restaurant & Lounge seketika menarik perhatian warga kota Bogor dengan pemandangannya yang indah dan berkembang pesat menjadi tempat tujuan wisata kuliner di Kota Bogor. Dapat dilihat bahwa The Teras Dara Restaurant & Lounge mengalami fluktuasi pada data jumlah konsumen dari

tahun 2017 sampai 2022. Penurunan jumlah konsumen per tahun lebih banyak terjadi dibandingkan dengan kenaikan jumlah konsumen. Penurunan yang beruntun terjadi pada dua tahun yaitu dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2020, dan terjadi juga pada tahun 2022. The Teras Dara Restaurant & Lounge mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020, karena pada saat itu mengalami pandemi Covid-19 sehingga jumlah konsumen menurun lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya.



Sumber data : The Teras Dara Restaurant & Lounge, 2023

Gambar 3
Data Konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge Kota Bogor Tahun 2017-2022

Mengingat bahwa adanya persaingan bisnis kuliner pada restoran atau kafe yang semakin berkembang, maka restoran dituntut untuk tidak hanya berfokus pada target penjualannya saja namun harus lebih memperhatikan konsumen juga. Agar dapat bertahan ditengah maraknya persaingan, maka The Teras Dara Restaurant & Lounge perlu memastikan konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diutamakan oleh sebuah perusahaan maupun bisnis kuliner demi keberlangsungan hidupnya.

Setelah konsumen mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk barang atau jasa yang di konsumsinya. Ayuningtyas (2022:68) memaparkan pada pengertian kepuasan konsumen itu sendiri sebagai suatu evaluasi bagi pemasar apakah konsumen merasa puas atau tidak puas yang dapat memberikan dorongan untuk menggunakan atau tidak produk tersebut serta peran penting sebuah produk dan layanan sangat memengaruhi kepuasan konsumen karena dapat menciptakan keuntungan bagi perusahaan.

Pada tabel 1 terlihat bahwa tingkat persaingan pada bisnis kuliner restoran populer di Kota Bogor cukup tinggi. The Teras Dara Restaurant & Lounge memiliki jumlah ulasan dan google ranking yang rendah dibandingkan dengan beberapa restoran lain. Hal ini disebabkan karena cita rasa pada makanan yang disajikan kurang lezat dan pelayanan yang diberikan kurang ramah sehingga konsumen merasa kurang puas karena tidak sesuai dengan harapan mereka. Konsumen juga beralih ke restoran pesaing lain karena harga yang ditawarkan The Teras Dara Restaurant & Lounge mahal tidak sebanding dengan cita rasa dan pelayanannya. Pihak pengelola The Teras Dara Restaurant & Lounge harus menerapkan strategi yang tepat untuk dapat memenangkan persaingan dengan cara meningkatkan cita rasa dan pelayanan yang diberikan agar sesuai dengan harga yang ditawarkan sehingga konsumen merasa puas.

Tabel 1
Restoran Populer di Kota Bogor

No	Nama	Jumlah Ulasan	Google Ranking	Alamat
1.	Gurih 7 Bogor	27.081	4,7	Jl. Raya Pajajaran No. 102, Bantarjati, Bogor Utara
2.	Ichiro Shabu & Barbeque	970	4,7	Jl. Ahmad Yani No. 64, Tanah Sareal
3.	Kedai Kita	11.570	4,5	Jl. Pangrango No. 21, Bababakan
4.	Saung Kuring	8.227	4,5	Jl. Sholeh Iskandar No. 9, Kedungbadak, Tanah Sareal
5.	Saung Pak Ewok	5.002	4,5	Jl. Prof. DR. H. Andi Hakim Nasoetion, Tegallega, Bogor Tengah
6.	De'Leuit Sensasi Nasi Jambal	9.329	4,4	Jl. Pakuan No. 3 Baranang Siang, Bogor Timur
7.	Lemongrass Resto	9.056	4,4	Jl. Raya Pajajaran No. 21, Bantarjati, Bogor Utara
8.	Gili-Gili Restaurant	3.549	4,4	Jl. Raya Pajajaran No. 69, Baranangsiang, Bogor Timur
9.	Grand Garden Resto & Cafe	5.529	4,4	Kebun Raya Bogor, Jl. Ir. H. Juanda No. 13, Paledang, Bogor Tengah
10.	The Teras Dara Restaurant & Lounge	1.199	4,4	Jl. Ahmad Yani No. 52-54, Tanah Sareal

Sumber data : Hasil Pengolahan Dari Beberapa Sumber

Kepuasan akan mendorong konsumen untuk mengkonsumsi dan membeli ulang produk tersebut, akan tetapi konsumen akan berhenti melakukan pembelian ulang dan mengkonsumsi produk tersebut jika ada perasaan tidak puas terhadap produk yang dikonsumsinya. Menurut Indrasari (2019:87-88) terdapat faktor-faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan,

emosional, harga, dan biaya. Berikut hasil pra-survei mengenai faktor-faktor kepuasan konsumen.

Tabel 2
Pra-Survei Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya merasa puas pada kualitas produk makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge yang disajikan dengan penuh cita rasa.	8	22	26,7%	73,3%
2	The Teras Dara Restaurant & Lounge memiliki kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan saya.	10	20	33,3%	66,7%
3	Saya merasa puas dan bangga setelah mengkonsumsi produk makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge.	22	8	73,3%	26,7%
4	Harga produk makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge lebih murah dibandingkan pesaing.	3	27	10%	90%
5	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan The Teras Dara Restaurant & Lounge meskipun harus mengeluarkan biaya tambahan (<i>tax and service</i>).	18	12	60%	40%

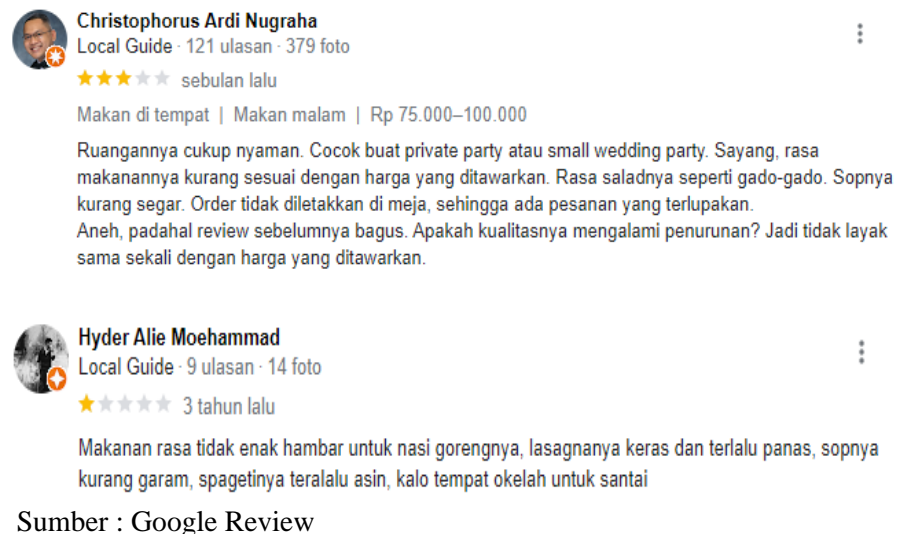
Sumber data : Data primer, diolah (Pra Survei, April 2023)

Saat melakukan pembelian produk makanan ataupun minuman, konsumen mengharapkan produk yang dibelinya itu memiliki kualitas produk yang baik, sesuai harapan dan dapat memuaskan mereka. Konsumen biasanya tertarik dengan makanan dan minuman dari segi tampilan yang menarik, aroma, dan tentunya cita rasa. Melda et al., (2020:144) memaparkan pengertian cita rasa sebagai salah satu cara memilih makanan dan minuman yang dibedakan dengan rasa (*taste*) dari makanan ataupun minuman tersebut serta dapat dibedakan dari segi bentuk/penampakan, bau, tekstur, dan suhu.

Cita rasa terdiri dari sebuah komponen-komponen pada suatu makanan yang meliputi rasa, tampilan, tekstur, bau dan juga suhu. Didalam sebuah produk makanan dan minuman, cita rasa berperan penting agar memiliki ciri khas pada suatu perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk makanan yang dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

The Teras Dara Restaurant & Lounge menyediakan menu makanan dengan cita rasa yang khas asian seperti nasi bakar rempah, nasi goreng, iga garang asam, fried mentai dimsum, dan asian dimsum. Terdapat juga menu makanan dengan cita rasa ala western, seperti *beef* atau *chicken burger*, *carbonara*, *bolognese*, dan lain sebagainya. Selain itu, menyediakan juga berbagai jenis minuman seperti the, jus, kopi, dan *smoothies*.

Pada beberapa menu makanan yang ditawarkan, terdapat keluhan dari beberapa konsumen yang sudah mencoba makanan tersebut yaitu cita rasa pada makanan yang disajikan The Teras Dara Restaurant & Lounge terasa kurang lezat. Konsumen juga merasa bahwa cita rasa pada makanan di The Teras Dara Restaurant & Lounge kurang konsisten seperti hambar, terlalu asin, serta terasa tidak fresh. Selain itu, makanan yang disajikan teksturnya keras dan suhunya terlalu panas. Sehingga konsumen merasa kurang puas terhadap produk makanan maupun minuman yang disajikan oleh The Teras Dara Restaurant & Lounge. Hal ini diperkuat dengan penilaian dalam ulasan berikut.

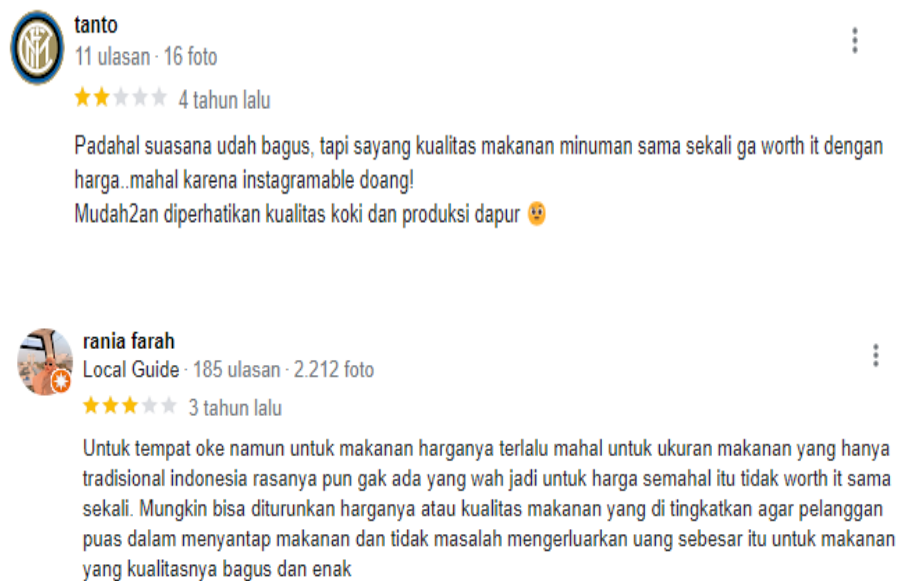


Gambar 4
Ulasan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Cita Rasa
The Teras Dara Restaurant & Lounge

Selain cita rasa pada produk makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge, harga juga menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk memilih makan disana. Menurut Junaedi et al., (2022:68) harga merupakan jumlah pengorbanan tertentu yang diterima atau dibayarkan kepada pihak yang melakukan kegiatan jual beli atas barang atau jasa yang diperdagangkan. Dalam hal ini The Teras Dara Restaurant & Lounge memberikan harga yang dinilai kompetitif, karena harga yang kompetitif menjadi salah satu hal penting yang mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen sehingga konsumen dapat merasa puas.

Harga yang ditawarkan The Teras Dara Restaurant & Lounge mulai dari Rp 10.000 – Rp 34.000 untuk minuman dan Rp 20.000 – Rp 98.500 buat pilihan makanannya. Harga makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge ini tidak selalu bisa dijangkau oleh semua kalangan. Konsumen juga merasa bahwa harga yang diberikan The Teras Dara

Restaurant & Lounge cenderung mahal dan tidak sesuai dengan kualitas makanan dan minumannya. Konsumen ingin biaya yang sudah dikeluarkan sepadan dengan kualitas serta cita rasa pada produk makanan dan minuman yang telah dikonsumsi. Hal ini diperkuat dengan penilaian dalam ulasan berikut.



Sumber : Google Review

Gambar 5 Ulasan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Harga The Teras Dara Restaurant & Lounge

Dalam keberlangsungan hidup suatu perusahaan atau bisnis harus didukung dengan kualitas pelayanan yang baik, karena kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan dan kesetiaan pada pelanggan. Kualitas pelayanan atau *service quality* merupakan pemenuhan kebutuhan, keinginan serta ketepatan penyampaiannya untuk dapat mengimbangi harapan pelanggan (Indrasari, M 2019:61). Kualitas pelayanan itu sendiri adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau bisnis dalam memenuhi

kebutuhan konsumen, sehingga apakah dalam bayangan konsumen sudah sesuai dengan yang diharapkannya atau belum. Meningkatnya kualitas pelayanan merupakan hal terpenting dalam strategi pemasaran agar konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan yang diterima olehnya.

Pada bisnis kuliner The Teras Dara Restaurant & Lounge, kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Salah satu yang dirasakannya yaitu pegawai The Teras Dara Restaurant & Lounge dalam melayani konsumen kurang ramah dan senyum. Lalu, masih ada konsumen yang merasa bahwa pelayanan di The Teras Dara Restaurant & Lounge dalam menyajikan makanan dan minuman cukup lama. Sehingga konsumen merasa tidak puas karena pelayanan yang diberikan karena tidak sesuai harapannya dan menginginkan ada perbaikan terhadap pelayanan pegawai The Teras Dara Restaurant & Lounge. Hal ini diperkuat dengan penilaian dalam ulasan berikut.



Sumber : Google Review

Gambar 6
Ulasan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan
The Teras Dara Restaurant & Lounge

Dari penjelasan mengenai cita rasa pada produk makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge, terdapat kelebihan dan kekurangan terhadap rasanya. Harga yang ditawarkan kompetitif, akan tetapi tidak sesuai dengan cita rasa pada produknya. Sementara dalam kualitas pelayanan yang diberikan masih terasa kurang ramah oleh konsumen. Dibawah ini terdapat hasil pra survei konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge.

Tabel 3
Pra-Survei Konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge

No	Pernyataan	Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
Variabel Cita Rasa					
1	Produk makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge memiliki penampilan yang menarik.	25	5	83,3%	16,7%
2	Makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge memiliki aroma yang sedap dan menggugah selera.	16	14	51,6%	48,4%
3	Makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge disajikan dengan rasa yang lezat dan penuh cita rasa.	12	18	40%	60%
4	Saya mengkonsumsi produk di The Teras Dara Restaurant & Lounge karena tekstur makanan dan minuman yang disajikan sesuai harapan.	20	10	66,7%	33,3%
5	The Teras Dara Restaurant & Lounge menyajikan makanan dan minuman dengan temperature atau suhu yang aman untuk dikonsumsi.	25	5	83,3%	16,7%
Variabel Harga					
6	Harga produk makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge bisa dijangkau oleh saya.	12	18	40%	60%
7	Harga di The Teras Dara Restaurant & Lounge lebih murah dibandingkan dengan pesaing.	5	25	16,7%	83,3%

No	Pernyataan	Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
8	The Teras Dara Restaurant & Lounge memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produknya.	12	18	40%	60%
9	Saya membeli produk makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge karena manfaat yang dirasakan selalu sesuai dengan harga yang dikeluarkan.	8	22	26,7%	73,3%
Variabel Kualitas Pelayanan					
10	The Teras Dara Restaurant & Lounge cepat dalam menyajikan makanan dan minuman.	14	16	46,7%	53,3%
11	Pegawai The Teras Dara Restaurant & Lounge cepat merespons apa yang ditanyakan dan dibutuhkan oleh saya.	21	9	70%	30%
12	Pegawai The Teras Dara Restaurant & Lounge memberikan pelayanan yang ramah sehingga membuat saya merasa aman dan nyaman.	13	17	43,3%	56,7%
13	Pegawai The Teras Dara Restaurant & Lounge memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan saya.	24	6	80%	20%
14	Pegawai The Teras Dara Restaurant & Lounge berpenampilan rapi dalam melayani.	28	2	93,3%	6,7%
Variabel Kepuasan Konsumen					
15	Saya merasa puas saat mengkonsumsi makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge karena sesuai dengan harapan.	14	16	46,7%	53,3%
16	Saya tidak akan beralih untuk membeli atau mengkonsumsi produk yang dijual oleh pesaing.	6	24	20%	80%
17	Saya bersedia memberikan penilaian baik dan merekomendasikannya ke teman atau keluarga terkait produk di The Teras Dara Restaurant & Lounge.	17	13	56,7%	43,3%

Sumber data : Data primer, diolah (Pra Survei, April 2023)

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian adanya pengaruh cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen the teras dara restaurant & lounge. Kemudian untuk selanjutnya

peneliti mengambil judul **“PENGARUH CITA RASA, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN THE TERAS DARA RESTAURANT & LOUNGE”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti menyusun identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Cita rasa pada makanan yang disajikan The Teras Dara Restaurant & Lounge terasa kurang lezat.
2. Konsumen merasa bahwa cita rasa pada makanan di The Teras Dara Restaurant & Lounge kurang konsisten seperti hambar, terlalu asin, serta terasa tidak fresh.
3. Harga makanan dan minuman di The Teras Dara Restaurant & Lounge ini tidak selalu bisa dijangkau oleh semua kalangan.
4. Harga yang diberikan The Teras Dara Restaurant & Lounge cenderung mahal dan tidak sesuai dengan kualitas makanan dan minumannya.
5. Pegawai The Teras Dara Restaurant & Lounge dalam melayani konsumen kurang ramah dan senyum.
6. Masih ada konsumen yang merasa bahwa pelayanan di The Teras Dara Restaurant & Lounge dalam menyajikan makanan dan minuman cukup lama.

7. Cita rasa pada makanan yang disajikan kurang lezat dan pelayanan yang diberikan kurang ramah sehingga konsumen merasa kurang puas karena tidak sesuai dengan harapan mereka.
8. Konsumen juga beralih ke restoran pesaing lain karena harga yang ditawarkan The Teras Dara Restaurant & Lounge mahal tidak sebanding dengan cita rasa dan pelayanannya.

C. Batasan Masalah

Dalam setiap penelitian terdapat batasan-batasan masalah, hal ini bertujuan agar perusahaan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Berdasarkan identifikasi masalah, maka pembahasan dalam penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor?
4. Apakah cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor.
4. Untuk mengetahui apakah cita rasa, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memahami, mempelajari dan menambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan dapat mempraktikkan teori yang diperoleh selama perkuliahan didalam dunia kerja.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan yaitu sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di The Teras Dara Restaurant & Lounge di Kota Bogor.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca untuk mendapatkan informasi tambahan dan ilmu yang bermanfaat sebagai referensi untuk mempelajari masalah-masalah mengenai manajemen pemasaran serta mengenai cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan dalam tempat kuliner atau restoran yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

G. Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai penelitian ini, terdapat susunan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menguraikan latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang akan dicapai dalam melakukan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang berkenaan dengan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian seperti pengertian cita rasa, definisi harga, pengertian kualitas pelayanan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, operasional variabel, jenis dan sumber data, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan mengenai gambaran umum objek yang diteliti, hasil penelitian berupa perhitungan analisis data dan pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran mengenai hasil penelitian.