

BAB I

PENDAHULUAN

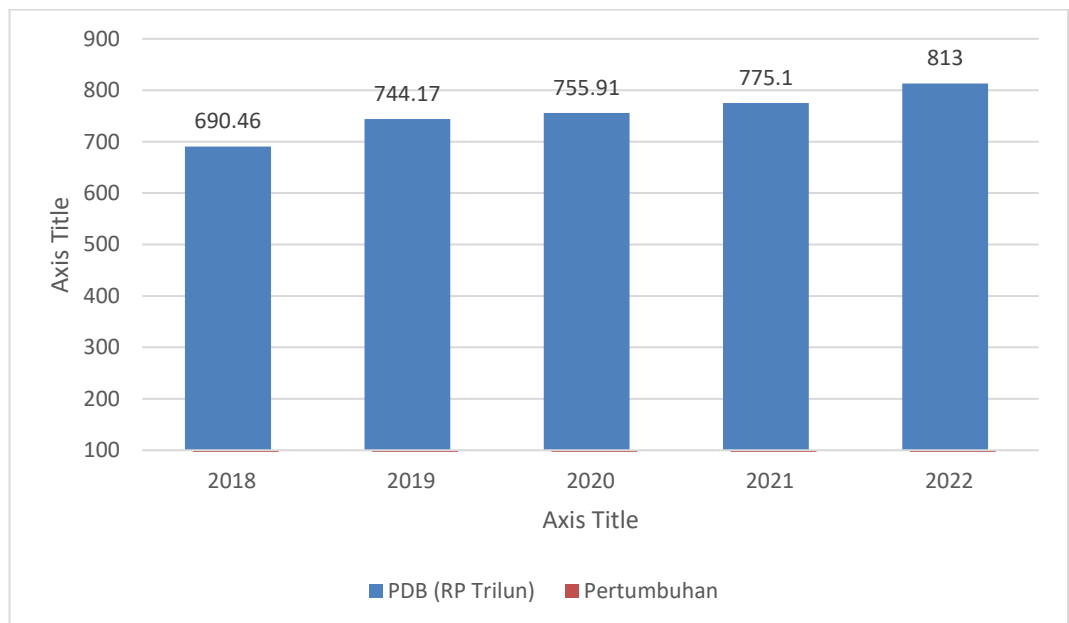
A. Latar Belakang

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 terus bekerja lebih keras untuk mengembangkan produknya dengan meningkatkan kualitas bahan baku serta meluaskan pangsa pasar untuk mempertahankan konsumen dan eksistensi perusahaan. Cara perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan penjualan yaitu dengan cara melakukan strategi marketing, misalnya memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Maka dari itu, kebanyakan orang memilih cafe untuk tempat berkumpul Bersama keluarga, pasangan, teman, atau kerabat.

Sektor industri makanan dan minuman masih menjadi salah satu penyumbang kontribusi terbesar terhadap PDB Indonesia. Produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga kosntan industri makanan dan minuman sebesar Rp813,06 triliun pada tahun 2022. Nilai itu naik 4,90% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp 775,10 triliun. Pertumbuhan kinerja industri makanan dan minuman konsisten tumbuh sejak satu decade terakhir. Selama periode tersebut, pertumbuhan tertinggi pada 2018 yang mencapai 7,91%. Adapaun industri makanan

dan minuman paling lambat terjadi pada 2020 yakni, 1.58%. Hal itu seiring terjadi pandemic covid-19 di Indonesia. Menurut kementerian perindustrian (kemenperin), pertumbuhan industri ini didorong oleh meningkatnya produksi komoditas makanan dan minuman. Adapun, industri makanan dan minuman merupakan salah satu subsector dari industri pengolahan.

<https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022> (23 Februari 2023)



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

Gambar 1
PDB Industri Makanan dan Minuman (2018-2022)

Memiliki bisnis sendiri bukan merupakan hal yang mudah. Namun, keuntungan yang didapatkan di dalam membangun bisnis tentunya lebih besar dibandingkan bekerja di suatu perusahaan. Selain keuntungan materi yang sudah pasti jauh lebih banyak, kamu juga berhak untuk mengatur keuangan dan waktu sendiri yang tentunya tidak kamu miliki apabila masih berstatus sebagai karyawan. Membangun bisnis untuk yang pertama kali pasti menimbulkan rasa khawatir akan kegagalan. Namun, ada beberapa contoh bisnis kuliner yang sekarang ini menjadi incaran masyarakat sekitar yang dapat kamu tiru untuk mengawali bisnis yang kamu punya. Sejatinya, makanan dan minuman merupakan kebutuhan manusia sehari-hari sehingga bisnis kuliner sudah pasti tidak akan pernah mati.

Seiring berjalannya waktu, kedai kopi di setiap sudut sudah menjadi pemandangan umum yang terus berkembang dan bertambah banyak. Setiap kafe juga memiliki ciri khasnya masing-masing, seperti tema kafe mulai dari konsep modern, konsep klasik dan tradisional. Salah satu yang unik dari kafe ini sendiri adalah tempatnya yang menarik, bisa dibilang *Instagrammable*, tempatnya asri seperti AC, dan masih banyak lagi.

Pertemuan di kafe sendiri juga lebih efektif dan secara tidak langsung berdampak pada kehidupan malam anak muda, seperti nongkrong dan jalan-jalan. Saat ini, nongkrong di kedai kopi menjadi hal yang penting karena sudah menjadi gaya hidup. Dari kafe itu sendiri kita bisa belajar tentang gaya hidup masing-masing individu, selain cara hidup, kebiasaan

konsumsi berubah seiring berjalannya waktu juga sesuai dengan selera atau motif individu itu sendiri. Seringkali kita jumpai ketika berada di kedai kopi, anak muda menjadi dominan di kedai kopi itu sendiri, sehingga menjadi tren anak muda untuk memiliki kemewahan.

Jenis minuman yang tersedia di kedai kopi biasanya cukup bervariasi, mulai dari kopi hingga non-kopi. Kopi latte, cappuccino latte, matcha, karamel, dll menjadi bukti bahwa dunia kedai kopi terus berkembang dan beradaptasi dengan kebutuhan anak muda dilihat dari menunya yang beragam. Tidak hanya sekedar menghabiskan waktu di rumah saja, namun kebiasaan sebagian orang menghabiskan waktu di kedai kopi memiliki tujuan yang berbeda-beda, seperti menyelesaikan tugas di kedai kopi untuk mencari suasana damai, ada pula yang memanfaatkan kedai kopi itu sendiri untuk memenuhi kebutuhannya, dan ada juga yang untuk kebutuhan media sosial.

Nongkrong merupakan salah satu bentuk pemenuhan diri anak muda. Implementasinya dapat dicoba dalam bentuk update status di berbagai media sosial agar diketahui banyak orang. Budaya non krong di kedai kopi bisa menjadi bentuk pengenalan diri yang ada karena mengikuti tren. Berpakaian di kafe juga merupakan wadah untuk mengekspresikan diri dengan makna kafe yang menarik dan populer, sehingga menjadi gaya hidup yang menciptakan budaya baru bagi masyarakat.

Kuliner Khas Tempat Nongkrong Jaman sekarang, siapa yang tidak suka nongkrong, Melepas penat setelah bekerja dengan bersenda gurau dan mengobrol bersama teman merupakan kegiatan yang menyenangkan. Ditambah lagi apabila ditemani makanan dan minuman ringan di sela-sela pembicaraan, bincang-bincang tersebut tentunya akan tambah mengasyikan. Apalagi makanan dan minuman yang ditawarkan juga ramah di dompet, terutama untuk anak-anak yang masih duduk di bangku SMA dan kuliah, tempat nongkrong tersebut akan semakin menarik banyak pengunjung. Oleh karena itu, sekarang ini bisnis kuliner yang mengusung konsep tempat nongkrong laku keras di pasaran. Mayoritas pengusaha bisnis kuliner tempat nongkrong lebih memfokuskan penjualan di makanan dan minuman ringan sehingga tidak memerlukan modal yang besar untuk bahan bakunya. Ada beberapa menu makanan andalan yang biasanya terdapat di tempat nongkrong, seperti roti bakar, pisang bakar, dan mie instan. Untuk minumannya, tersedia es teh tarik, kopi, dan susu.

Cafe merupakan tempat yang menyajikan minuman kopi dan teh yang keduanya mengandung kafein. Kafein ini yang menjadikan cafe identik dengan tempat minuman kopi dan teh. Seiring berkembangnya zaman, fungsi cafe yang awalnya hanya sebagai tempat minum kopi dan teh kini telah berinovasi dan menyediakan menu yang lebih variatif seperti soft drink, jus, bir, dan masih banyak jenis minuman lain. Selain minuman, kini cafe juga menyediakan makanan ringan untuk

pendamping minuman kamu. Menu makanan yang diambil biasanya yang praktis dan mudah dibuat seperti sup, sandwiches, kentang goreng, dan masih banyak lagi. Cafe yang ada di zaman sekarang tidak hanya menyajikan menu minuman dan makanan yang variatif saja, namun tampilan cafenya sendiri dijadikan lebih memikat mata agar bisa menarik minat pengunjung untuk datang. Anak muda sekarang jika datang ke cafe tidak hanya mencari makanan dan minumannya saja, tapi interior dan eksterior cafe yang Instagramable agar bisa dijadikan bahan foto-foto untuk dimasukkan ke instagram.

Kota Bogor merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki banyak objek wisata. Sering dikenal sebagai kota hujan, kota ini juga tidak hanya memiliki keistimewaan namun juga menawarkan berbagai jenis kuliner khas yang mampu menarik perhatian wisatawan local maupun mancanegara, serta banyak cafe yang berdiri di kota Bogor. Nongkrong di cafe kini menjadi sesuatu yang sering dijumpai di kota-kota besar. Fenomena ini erat kaitannya dengan berbagai kalangan, baik kalangan atas maupun menengah, dengan rentang usia remaja hingga dewasa. Bahkan, minum kopi menjadi sebuah ritual wajib bagi sekelompok orang. Para pelaku industri diperkirakan semakin inovatif dalam mengatur strategi penjualan. Akan ada beberapa tren baru yang muncul di Indonesia. Salah satunya dengan menawarkan produk dengan harga terjangkau. Di kalangan cafe kelas menengah, mereka akan mulai meningkatkan kualitas dengan harga yang bersaing. Perubahan gaya

hidup masyarakat terutama masyarakat Kotaan yang cenderung konsumtif dan menyenangi produk instan mengakibatkan pertumbuhan jumlah pengusaha yang menciptakan produk instan dan praktis guna memenuhi keinginan konsumen dalam menyikat nya konsumsi kopi dan perubahan gaya hidup masyarakat menyebabkan mulai berkembang nya industri cafe di kota Bogor perkembangan kopi shop modern ini dapat.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kota Bogor mencatat jumlah restoran dan kafe naik sejak Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level 3 beberapa bulan lalu, dan kini telah berada pada PPKM level 2. Kepala Disparbud Kota Bogor Atep Budiman saat diwawancarai Antara, Selasa, mengatakan menurut data wajib pajak terdapat 500 lebih restoran dan kafe yang ada di daerahnya. Sementara data di Disparbud Kota Bogor baru mencapai 400 restoran dan kafe. Hal itu karena tidak semua pengusaha kuliner secara simultan mengajukan pengaduan tanda daftar usaha (TDP). Data sebenarnya mungkin telah mencapai angka 600 restoran dan kafe jika dikompilasi dengan data tanda daftar perusahaan terbaru dari Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Kota Bogor. "Banyak yang baru, tetapi karena PPKM level 3 kemarin kita masih terbatas akses ke restoran dan kafe, ada yang datang melapor juga masih didata ulang, ada yang tidak lapor ternyata sudah punya izin berusaha," katanya. Atep menuturkan bisnis restoran dan kafe memang dilaporkan paling cepat pulih bahkan tumbuh selama Pandemi COVID-19.

Masyarakat yang dianjurkan di rumah saja tetap membutuhkan makanan yang difasilitasi dengan kemudahan aplikasi belanja daring dan jasa antar yang dipesan secara daring pula. "Jadi tidak heran kalau data grafiknya naik, bisnis itu dibutuhkan masyarakat selama pandemi, apalagi di PPKM level 2 ini yang sudah bisa makan di tempat dengan kapasitas lebih banyak," katanya. Hal itu, kata Atep, karena pada PPKM level 3 kapasitas pengunjung hanya dibatasi 50 persen sementara pada PPKM level 2 telah bisa 75 persen. Bahkan, menurut laporan PHRI kunjungan restoran besar di Kota Bogor telah maksimal dan berlebih, sehingga menyumbang pengunjung restoran kecil di sekitarnya. Terdapat 14 restoran besar yang menjadi anggota PHRI Kota Bogor dari 600 restoran yang terdata di pemerintah setempat.

<https://jabar.antaranews.com/berita/327521/disparbud-kota-bogor-catat-jumlah-restoran-dan-kafe-naik> (27 Oktober 2021).

Pada saat ini bisnis sudah banyak ditemui oleh karena itu dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat dan kondisi sosial yang berubah maka setiap pemilik cafe selalu Tanggap dan menyesuaikan diri dalam menghadapi persaingan dalam bersaing untuk menjadi yang terbaik perusahaan cafe tersebut terus memberikan pelayanan yang terbaik agar selalu mendapatkan kepercayaan konsumen dan selalu menghasilkan produk yang sesuai selera dan kebutuhan konsumen.

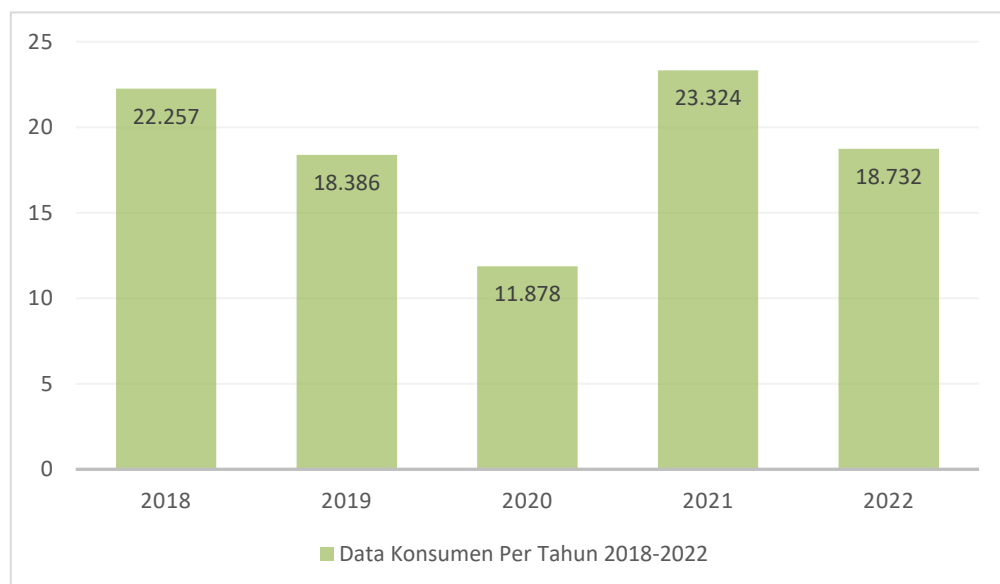
Usaha cafe ini juga mulai semakin berkembang padahal nya dapat dilihat dari jumlah coffe shop yang terus bertambah baik dalam skala kecil maupun skala besar bahkan banyak sekali dijumpai dalam satu lokasi yang berdekatan terdapat dua atau lebih cafe dengan skala usaha yang sama besar dengan daftar menu yang sama misalnya coffe ceritalain Latte.

Cafe di Bogor saat ini sudah mulai berkembang pesat, banyak dari wirausaha muda yang membuka usaha coffe shop dengan berbagai konsep yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan. Cafe merupakan industri minuman yang menarik menjadi salah satu destinasi wisata kuliner Bogor, karena memiliki keuntungan memiliki tempat makan dan Minuman yang memiliki daya tarik modern dan bisa dijadikan tempat bersantai atau menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman. pertumbuhan cafe di Bogor. Namun, menurut data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, jumlah restoran, rumah makan, dan cafe di Bogor pada tahun 2021 sebanyak 2.357.
(opendata.jabarprov.go.id).

Ceritalain, Bogor Tengah merupakan sebuah tempat makan yang berada di Jakarta. Rumah makan ini menyajikan berbagai menu kopi, minuman & pizza & pasta yang dibandrol dengan harga yang murah dan bersahabat dengan kantong Anda. Jika Anda mencari daftar harga menu Ceritalain, Bogor Tengah, Anda berada di tempat yang tepat. Di bawah ini akan dibahas secara lengkap menu apa saja yang dijual oleh Ceritalain,

Bogor Tengah beserta harganya. Jl. Sangga Buana No.12B, RT.03/RW.04, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128.

Gambar 2 terlihat bahwa jumlah konsumen pada cafe ceritalain kotba Bogor mengalami penurunan dan kenaikan. Pada tahun 2018 jumlah konsumen pada cafe ceritalain kota Bogor mengalami kenaikan dengan jumlah 22,257% namun pada tahun 2019, sudah mulai mengalami penurunan tetapi tidak drastis. Pada tahun 2020 jumlah konsumen pada cafe ceritalain kota Bogor mengalami penurunan yang sangat drastis yang disebabkan oleh pandemi covid-19. Namun pada tahun 2021 yang dimana pandemi covid-19 sudah mulai menghilang mengalami kenaikan yang sangat drastis karna industri makanan dan minuman itu sangat digemari oleh kalangan muda.



Gambar 2
Data Konsumen Café Ceritalain Kota Bogor Tahun 2018 – 2022

Bahwa adanya persaingan bisnis kuliner pada restoran atau cafe yang semakin berkembang maka restoran dituntut untuk tidak hanya berfokus pada target penjualan saja namun harus lebih memperhatikan konsumen juga. Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan maka tapi cerita lain perlu memastikan konsumen merasa puas.

Pada tabel 1 terlihat bahwa tingkat persaingan pada bisnis café di Kota Bogor cukup tinggi. Café Ceritalain memiliki jumlah ulasan dan google ranking yang rendah dibandingkan dengan beberapa café lainnya. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh café ceritalain sangat kurang ramah dan produk yang diberikan oleh café ceritalain berkualitas rendah sehingga konsumen merasa kurang puas karena tidak sesuai dengan harapan mereka. Maka dari itu café ceritalain membuat strategi yang tepat untuk dapat memenangkan persaingan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dan konsumen pun merasa puas.

Tabel 1
Restoran terpopuler di Kota Bogor

No	Nama	Jumlah ulasan	Google ranking	Alamat
1	Bikin Kopi	415	4,8	Jl. Sangga Buana No.04, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor
2	KOPI TUGOH SIGNATURE	150	4,6	Jl Raya Pajajaran No.2, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat
3	Co-Chocs. Coffee and Chocolate Corner	22	4,7	Jl. Taman Kencana, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128
4	TwentyFive Bunny's	145	4,6	Jl. Kumbang No.17, RT.03/RW.07, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat

No	Nama	Jumlah ulasan	Google ranking	Alamat
5	Ini Cafe Steak • Noodle • Coffee	294	4,6	Jl. Raya Pajajaran No.26, RT.01/RW.04, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128
6	Dimitree Cafe	921	4,6	Jl. Pangrango No.5, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat
7	Baked & Brewed Coffee and Kitchen	1.766	4,6	Jl. Salak No.6, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16152
8	Maraca Books And Coffee	598	4,6	Jl. Jalak Harupat No.9a, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16122
9	Yellow Truck Coffee	88	4,4	Jl. Raya Pajajaran No.76, RT.01/RW.11, Baranangsiang, Kec. Bogor Tim., Kota Bogor, Jawa Barat
10	Café Ceritalain	390	4,4	Jl. Sangga Buanga No. 12B Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor

Menurut Chandra et al., (2020:148) Kepuasan konsumen ialah tanggapan pemenuhan konsumen yang muncul karena adanya penilaian terhadap karakteristik produk atau jasa yang disediakan dapat memenuhi tingkat pemakaian yang memberikan kenyamanan konsumen yang menggunakan produk atau jasa tersebut. Kepuasan konsumen secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa amat puas atau senang.

Menurut Chandra et al., (2020:6-7) Konsumen yang puas terhadap merk/produk tertentu cenderung untuk membeli kembali merk/produk tersebut pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Sementara pembelian ulang

merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Selanjutnya konsumen yang puas tersebut sangat dimungkinkan untuk mempengaruhi lingkungannya untuk mengkonsumsi merk/produk yang telah memuaskannya. Keadaan ini akan sangat membantu perusahaan dalam mempromosikan produknya. Dari kenyataan di atas nampak bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan dalam persaingan.

Kepuasan akan mendorong konsumen untuk mengkonsumsi dan membeli ulang produk tersebut, akan tetapi konsumen akan berhenti perasaan tidak puas terhadap produk yang dikonsumsi. Menurut Indrasari, (2019:87-88) terdapat factor-faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Berikut hasil pra-survei mengenai factor-faktor kepuasan konsumen.

Tabel 2
Pra-Survei Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Saya selalu merasa puas pada kualitas produk makanan dan minuman yang disajikan café ceritalain yang penuh dengan citarasa.	6	24	20%	80%
2.	Pegawai café ceritalain selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan ramah sesuai harapan saya.	5	25	16,6%	83,3%

No	Pertanyaan	Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
3.	Saya selalu merasa puas dan bangga saat mengkonsumsi makanan dan minuman di café ceritalain karena selalu sesuai dengan harapan.	17	13	56,6%	43,3%
4.	Harga prodak makanan dan minuman yang ditawarkan oleh café ceritalain selalu lebih murah dibandingkan pesaing.	20	10	66,6%	33,3%
5.	Saya selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh café ceritalain meskipun harus mengeluarkan biaya tambahan.	19	11	63,3%	36,6%

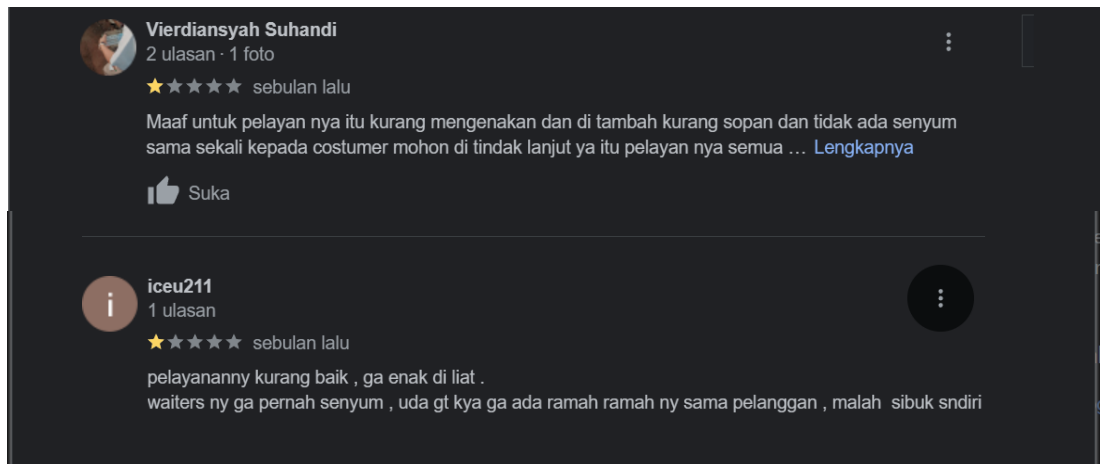
Sumber data: Data primer, diolah (Pra Survei, September 2023)

Dalam keberlangsungan hidup suatu perusahaan atau bisnis harus didukung dengan kualitas pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. 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 diharapkan atau belum. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam strategi pemasaran agar konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya.

Pada bisnis kuliner café ceritalain kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen salah satunya yang dirasakannya yaitu pegawai tapi cafe ceritalain dalam melayani konsumen kurang ramah dan senyum. Lalu masih ada konsumen yang merasa bahwa pelayanan di cafe ceritalain dalam menyajikan makanan dan minuman sangatlah cukup

lama sehingga konsumen merasa tidak puas karena pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapannya dan menginginkan ada perbaikan terhadap pelayanan pegawai di cafe ceritalain. Hal itu diperkuat dengan penilaian dalam ulasan berikut.

Pada cafe ceritalain kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Salah satunya dirasakan yaitu pegawai ceritalain dalam melayani konsumen kurang ramah dan senyum. lalu masih ada konsumen yang merasa bahwa pelayanan di cafe ceritalain dalam menyajikan makanan dan minuman cukup lama sehingga konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan café ceritalain. Lalu pada lahan parkir yang diberikan café ceritalain juga kurang memadai dan sedikit tidak aman. Lalu untuk pelayanan di café ceritalain juga selalu membedakan antara memberikan pelayanan kepada Perempuan dan laki-laki, jika pegawai café ceritalain memberikan pelayanan kepada Perempuan pegawai tersebut agak tidak sopan dan jika kepada laki-laki pegawai tersebut memberikan pelayanan dengan ramah. Oleh karna itu kualitas pelayanan yang disajikan di café ceritalain kurang dapat memenuhi harapan konsumen, sehingga kepuasan konsumen berkurang.

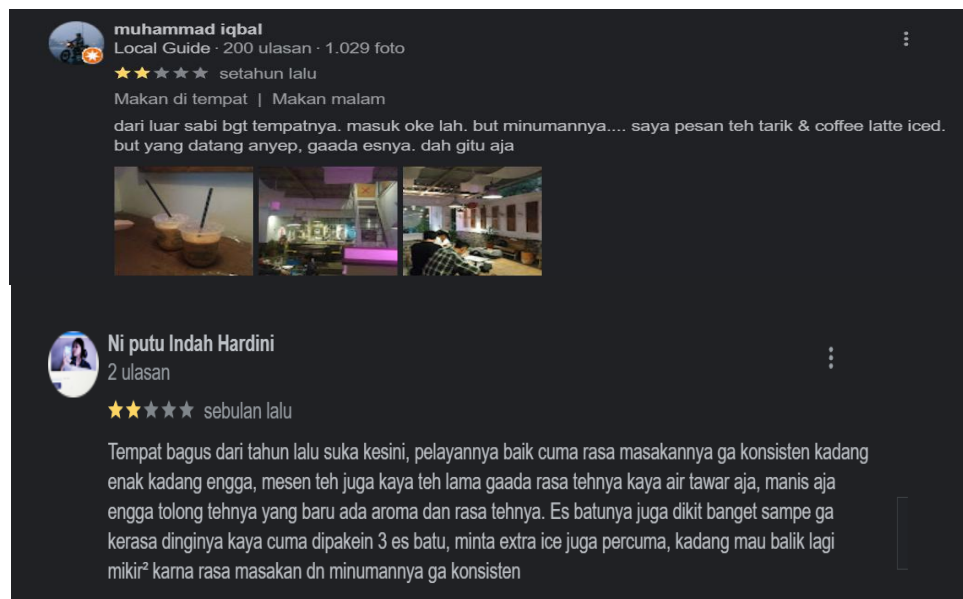


Gambar 3
Ulasan Kualitas Pelayanan Café Ceritalain

Pada cafe ceritalain kualitas produk yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Menurut Chandra et al., (2020:45) Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Pada cafe ceritalain kualitas produk memang sangat berbeda dengan cafe lainnya.

Kualitas produk yang diberikan juga sangatlah berbeda jauh dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Salah satunya yaitu dengan rasa yang tidak konsisten terkadang enak dan terkadang tidak enak, terkadang tekstur makanannya tidak sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Lalu penampilan yang disajikan sangat berbeda dengan apa yang ada di foto, menjadikan makanan menjadi tidak selera untuk di makan. Lalu tekstur makanan dan minuman tidak konsisten, terkadang makanannya kurang bumbu, terkadang jika minuman rasanya hambar. Café ceritalain juga

terkadang pada rasa yang mereka berikan kepada konsumen tidaklah konsisten, terkadang hambar, asin, pedas dan pada minuman juga sama tidak mempunyai rasa yang khas yang diberikan café ceritalain. Oleh karna itu kualitas yang disajikan di café ceritalain kurang dapat memenuhi harapan konsumen, sehingga kepuasan konsumen berkurang.



Gambar 4
Ulasan Kualitas Produk Café Ceritalain

Dari penjelasan mengenai kualitas pelayanan di cafe ceritalain terdapat kelebihan dan kekurangan terhadap kualitas pelayanannya. Sementara dalam kualitas produk yang diberikan cerita lain masih terasa kurang dalam hal kualitas produknya yang masih rendah. Di bawah ini terdapat hasil presurvei konsumen cafe ceritalain:

Tabel 3
Pra-Survei Konsumen Café Ceritalain

No	Pertanyaan	Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
Variabel Kualitas Pelayanan					
1.	Saya selalu merasa puas karna café ceritalain memiliki area parkir yang luas dan aman.	5	25	16,7%	83,3%
2.	Pegawai café ceritalain selalu memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan saya.	25	5	83,3%	16,7%
3.	Pegawai café ceritalain selalu bersikap adil dalam memberikan pelayanan kepada semua konsumen.	9	21	30%	70%
4.	Pegawai cafe ceritalain selalu cepat dalam menyajikan minuman makanan yang dipesan oleh konsumen.	6	24	20%	80%
5.	Pegawai cafe Ceritalain selalu bersikap ramah terhadap konsumen.	7	23	23,3%	76,6%
Variabel Kualitas Produk					
6.	Warna dalam makanan dan minuman cafe ceritalain selalu mengunggah selera saya.	16	14	53,3%	46,7%
7.	Cafe ceritalain selalu memberikan penampilan makanan dan minuman yang menarik.	14	16	46,6%	53,3%
8.	Porsi makanan dan minuman yang disajikan cafe ceritalain selalu sesuai dengan harapan saya.	21	9	70%	30%
9.	Bentuk makanan dan minuman cafe ceritalain selalu disajikan dengan tampilan yang menarik.	19	11	63,3%	36,7%
10.	Cafe ceritalain selalu menyajikan makanan dan minuman dengan suhu yang tepat.	18	12	60%	40%
11.	Saya selalu mengkonsumsi produk di cafe ceritalain karena tekstur makanan dan minuman yang disajikan sesuai harapan.	10	20	33,3%	65,7%
12.	Makanan dan minuman di cafe ceritalain selalu memiliki aroma yang sedap dan mengunggah selera.	22	8	73,3%	26,6%
13.	Café ceritalain selalu memberikan rasa yang khas pada makanan dan minuman.	8	22	26,7%	73,3%
14	Café ceritalain selalu menyajikan makanan dengan kematangan yang pas.	15	15	50%	50%

Variabel Kepuasan Konsumen					
15.	Saya merasa puas saat mengkonsumsi makanan dan minuman di café ceritalain karena selalu sesuai dengan harapan.	5	25	16,7%	83,3%
16.	Saya selalu berkunjung Kembali ke café ceritalain.	7	23	23,3%	76,7%
17.	Saya selalu bersedia merekomendasikan kepada teman, kerabat, dan keluarga.	24	6	80%	20%

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

B. Identifikasi Masalah

1. pegawai ceritalain dalam melakukan pelayanan kepada konsumen kurang ramah dan senyum.
2. pelayanan di cafe ceritalain dalam menyajikan makanan dan minuman cukup lama.
3. cafe ceritalain pelayanan yang mereka berikan masih sangat kurang, yaitu lahan parkir yang diberikan kurang memadai dan sedikit tidak aman.
4. pelayanan di cafe ceritalain juga selalu membedakan antara memberikan pelayanan kepada Perempuan dan laki-laki.
5. Produk yang diberikan cafe ceritalain pada penampilan yang disajikan sangat berbeda dengan apa yang ada di foto.
6. Produk yang diberikan cafe ceritalain masih sangat kurang untuk segi rasa yang tidak konsisten, terkadang tekstur makanannya tidak sesuai dengan apa yang konsumen harapkan.
7. Cafe ceritalain dalam memberikan produk juga terkadang pada rasa yang mereka berikan kepada konsumen tidaklah konsisten, terkadang hambar,

asin, pedas dan pada minuman juga sama tidak mempunyai rasa yang khas yang diberikan cafe ceritalain.

8. Cafe Ceritalain kurang memberikan lahan parkir yang luas untuk konsumen.
9. Cafe Ceritalain kurang memperhatikan dalam hal tempat ibadah yang masih kurang memadai.

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 indentifikasi masalah, maka pembahasan dalam penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen cafe ceritalain di Kota Bogor.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe ceritalain di kota Bogor?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe ceritalain di kota Bogor?

3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe ceritalain di Kota Bogor.

E. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

F. Kegunaan Penelitian

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

1. Bagi Peneliti

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

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan yaitu masukan dan bahan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Cafe ceritalain 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 kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam tempat kuliner atau restoran yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

G. Sistematika Penelitian

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

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis 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

Mengenai landasan teori yang berkenaan dengan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian seperti pengertian kualitas pelayanan, dan pengertian kualitas produk, penelitian terdahulu kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai metode penelitian, populasi dan sample, teknik pengumpulan data, operasional variable, metode pengambilan dan metode analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan mengenai objek yang diteliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran mengenai hasil penelitian