

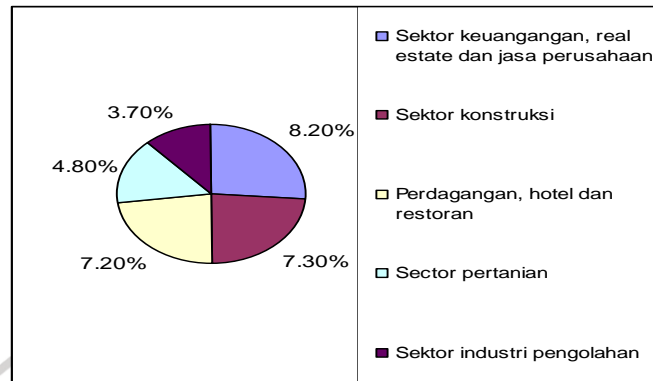
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam keadaan perekonomian yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk di dalamnya persaingan dalam dunia bisnis, terutama pada bidang produk dan jasa yang kian menjamur saja. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya.

Supaya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Terutama persaingan di bidang bisnis makanan yang setiap tahunnya terus mengalami peningkatan, sebagaimana data yang terdapat pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat, bahwa pada tahun 2005 telah tercatat tempat makan di Bandung sebanyak 138 Restoran dan 170 Rumah Makan. Begitu pula yang terjadi pada tahun 2008, di Jawa Barat mengalami pertumbuhan dalam hal perekonomian seperti data yang tertera di bawah ini :



**Gambar 1.1**  
**Sektor Perekonomian Jawa Barat Tahun 2008**

**Sumber : Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan**

Dari data tersebut terlihat bahwa jasa perdagangan, hotel dan restoran masing-masing memiliki peranan penting bagi perekonomian daerah. Hal ini tentunya sangat menguntungkan Kota Bandung. Kondisi ini menjadikan sektor jasa, termasuk di dalamnya hotel, restoran, dan *factory outlet*, rata-rata memberikan kontribusi terbesar dalam perekonomian Kota Bandung, yaitu sebesar 50,9% (Dinas Pariwisata Bandung). Dalam hal ini juga menandakan bahwa usaha restoran mengalami perkembangan.

*Chrysanthemum Restaurant* adalah restoran yang terdapat pada sebuah Hotel Bintang Tiga di Bandung, yaitu Hotel Nalendra Bandung. Hotel Nalendra Bandung berlokasi di Jl. Cihampelas No. 225-229 Bandung yang sudah didirikan dari tahun 2001 dan telah dikenal luas masyarakat meskipun di usianya yang masih muda.

Namun begitu, *Chrysanthemum Restaurant* tidak terlepas dari situasi bisnis bidang makanan yang semakin kuat, dimana restoran lain saling berlomba

meningkatkan kualitas dengan persaingan harga yang juga semakin tajam. Situasi ini menyebabkan jumlah pengunjung *Chrysanthemum Restaurant* menjadi tidak stabil. Berikut ini adalah jumlah pembelian konsumen *Chrysanthemum Restaurant* selama enam bulan terakhir :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pengunjung Pada *Chrysanthemum Restaurant***

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung	Presentase (%)
1.	Juli	376 Orang	0
2.	Agustus	453 Orang	0,20
3.	September	125 Orang	-0,72
4.	Oktober	265 Orang	1,12
5.	November	197 Orang	-0,25
6.	Desember	483 Orang	1,45
<b>Rata-rata</b>		<b>1.799 Orang</b>	

Sumber : *Restaurant Manager Nalendra Hotel*

Dari data di atas menunjukkan jumlah konsumen *Chrysanthemum Restaurant* dari bulan ke bulannya. Dapat dilihat pada bulan September dan November terjadi penurunan jumlah konsumen yang tinggi. Penurunan jumlah pengunjung *Chrysanthemum Restaurant* yang terjadi pada bulan September ini didasari oleh datangnya bulan suci Ramadhan, sehingga menyebabkan penurunan omset pada bulan ini dikarenakan jarang ada tamu yang mengunjungi *Chrysanthemum Restaurant* sebagaimana bulan biasanya. Sedangkan pada bulan Desember, terjadi libur panjang menjelang tahun baru, sehingga *Chrysanthemum*

*Restaurant* banyak dikunjungi oleh konsumen yang mengisi liburannya di Hotel Nalendra.

Dari data yang didapat pada waktu pra penelitian, sudah menjadi catatan tersendiri manajemen *Chrysanthemum Restaurant* Hotel Nalendra Bandung setiap tahunnya terjadi peningkatan konsumen pada bulan terjadi liburan sekolah atau libur panjang sesudah Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru, karena sebagian besar konsumen *Chrysanthemum Restaurant* adalah konsumen yang menginap di Hotel Nalendra Bandung.

Selain faktor tersebut diatas, faktor kepuasan konsumen terhadap *Chrysanthemum Restaurant* juga berpengaruh besar terhadap jumlah pengunjung yang memadati *Chrysanthemum Restaurant*. Penulis mengamati dua variabel penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana jika konsumen puas, konsumen akan melakukan pembelian kembali di *Chrysanthemum Restaurant* dan secara tidak langsung menjadi alat promosi dari mulut ke mulut yang sangat efektif. Kedua variabel yang terkait itu adalah harga (X1) dan kualitas produk (X2). Dimana jika penetapan harga sesuai dengan kantong konsumen dan kualitas produk prima, maka seharusnya tidak akan terjadi permasalahan. Namun dalam hal ini, penetapan harga yang dilakukan oleh *Chrysanthemum Restaurant* termasuk dalam kategori mahal atau dengan kata lain kurang sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen, dan berada di atas produk pesaing. Selain itu kualitas produk tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian yang telah diungkap, penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Chrysanthemum Restaurant* Pada Hotel Nalendra Bandung”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Arah permasalahan yang telah diuraikan berkaitan dengan fenomena perubahan tuntutan konsumen, peningkatan intensitas persaingan, penurunannya pembelian konsumen terhadap *Chrysanthemum Restaurant*.

Restoran yang terlibat dalam industri pariwisata umumnya dan industri jasa boga khususnya, seharusnya dapat menerapkan strategi pemasarannya melalui penetapan harga yang dapat dijangkau dan peningkatan kualitas produk agar terjadi hubungan yang saling menguntungkan antara produsen dan konsumen, sehingga tercipta suatu kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka terjadi tema sentral dalam penelitian ini, diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasikannya. Hasil dari penelitian ini akan penulis gunakan untuk bahan penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, penelitian ini mempunyai 2 (dua) kegunaan yang masing-masing berbeda satu dengan yang lainnya. Adapun kegunaan yang dimaksud adalah kegunaan yang dilihat dari 2 aspek berbeda, yaitu Kegunaan Akademik (Teoritik) dan Kegunaan Praktis:

1. Kegunaan Akademik (Teoritik)  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan manfaat pada pengembangan ilmu manajemen khususnya bauran pemasaran produk dan pengetahuan mengenai kepuasan konsumen serta teori-teorinya.

## 2. Kegunaan Praktis

Bagi *Chrysanthemum Restaurant* pada Hotel Nalendra Bandung sendiri hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi untuk melakukan daya menarik konsumen dengan cara tetap rasa percaya konsumen dengan produk yang dihasilkan dan tentunya harga yang bisa diterima.

