

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Restoran dan Kafe adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyediakan makanan dan minuman kepada pelanggan. Selain bertujuan bisnis atau mencari keuntungan, Restoran dan Kafe juga berusaha membuat pelanggan merasa puas dan hal ini merupakan tujuan operasi restoran yang utama.

Saat ini, di Sumatera Utara khususnya Medan, semakin banyak Kafe yang dibuka. Pertumbuhan jumlah Kafe dari tahun 2009 - 2014 meningkat sekitar 9,5 % (*BPS,2015*). Banyak Kafe yang menyasar kalangan anak muda menjadi target pasar, hal itu dikarenakan budaya berkumpul bersama yang semakin tinggi. Saat ini Kafe bukan hanya sebagai tempat untuk makan dan minum, Konsumen juga menjadikan Kafe sebagai tempat untuk merayakan acara – acara spesial seperti ulang tahun, reunion dan lain-lain. Selain itu konsumen juga mengutamakan tempat yang nyaman, menarik dan unik untuk dikunjungi.

Menurut Kotler (2005), perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah - ubah. Dengan melihat peluang pasar yang cukup tinggi dan semakin tingginya persaingan dalam usaha Kafe, banyak Kafe melakukan strategi - strategi bisnis untuk menarik minat konsumen datang berkunjung dan merasa puas setelah mengunjungi Kafe tersebut. Semakin banyaknya Kafe membuat pilihan konsumen semakin meningkat. Hal ini

mengakibatkan tingkat selektifitas konsumen dalam menentukan pilihan semakin tinggi. Demi menghadapi persaingan dan mendapatkan kepuasan pelanggan Kafe, para pengusaha melakukan strategi bisnis mulai dari suasana yang nyaman, konsep yang unik, harga murah dan sebagainya.

Namun, banyak Kafe yang hanya fokus menyajikan makanan dan minuman tanpa memperhatikan strategi yang membuat menarik Kafe tersebut padahal, saat ini dengan melihat peluang pasar yang tinggi pengusaha Kafe harus membuat strategi bisnis yang mampu menarik perhatian konsumen dan memberikan rasa puas kepada konsumen.

Dengan melihat peluang pasar yang besar, Sosmed Cafe yang beralamat di Jl. Teuku Umar No.3, Madras Hulu, Medan Polonia, Kota Medan juga melakukan strategi bisnis yang unik dalam menjalankan usahanya. Melihat perkembangan penggunaan sosial media di kalangan anak muda maka, Sosmed Kafe menyuguhkan konsep "*Social Media Cafe*", jika pelanggan datang ke Sosmed Kafe maka akan melihat interior media sosial mulai dari pintu masuk seperti *twitter, facebook, instagram, path* dan lain. Bukan hanya suasana toko yang dibuat dengan konsep sosial media namun menu yang disajikan juga unik, ada yang menu contohnya Nasi Lemak Facebook Ayam Rendang, Nasi Campur Twitter Ayam Rendang dan Nasi Tim Instagram Ayam Jamur. Karena konsep yang unik, pelanggan sering ber – *selfie* dengan latar maupun menu yang disajikan. Suasana Kafe yang unik akan memberikan pengalaman yang baru kepada konsumen, setelah berkunjung konsumen diharapkan mendapatkan kepuasan akan konsep Kafe dan desain produk yang disajikan.

Dengan berkembangnya media sosial saat ini masyarakat semakin mudah mendapatkan dan memberikan informasi tentang pengalaman mereka dalam berkunjung ke tempat makan. Menurut Tjiptono (2008), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberi manfaat, diantaranya membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Desain Produk dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak Kepada Prilaku *Word of mouth* (Studi Pada Sosmed Kafe Medan)** ”

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan berkembangnya bisnis Kafe di Medan, menjadikan konsumen memiliki banyak pilihan untuk menentukan tempat yang akan dikunjungi. Dalam hal ini para pengusaha Kafe memanfaatkan peluang bisnis dengan membentuk karakter Kafe yang akan diberikan kepada konsumen sehingga merasa puas.

Pada penelitian ini, Peneliti mengidentifikasi masalah peluang pasar yang tinggi namun, banyak Kafe menjalankan bisnis hanya berfokus pada menjual produk tanpa memperhatikan konsep yang bisa menarik perhatian konsumen . Dalam perkembangannya konsumen mencari produk yang memiliki konsep unik yang bisa memberikan kepuasan setelah mengkonsumsinya.

Selain konsep produk yang unik, konsumen juga ingin suasana Kafe yang nyaman untuk dapat menikmati sajian Kafe. Konsep tempat yang disajikan di Kafe menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk dapat mengunjungi

Kafetersebut. Hal ini yang masih belum dikembangkan oleh banyak Kafe yang ada di Medan.

Sesuai dengan penjelasan di atas dapat dirangkum identifikasi pada penelitian ini :

1. Pelanggan cafe masa kini mulai memperhatikan dengan desain produk yang ditawarkan oleh Kafe.
2. Pelanggan Kafe masa kini mulai memperhatikan suasana Kafe yang akan dikunjungi.
3. Masih banyak Kafe di Medan yang belum memiliki konsep yang kreatif untuk menarik pelanggan.
4. Masih banyak Kafe yang belum mengikuti selera konsumen masa kini.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh desain produk dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen yang berdampak kepada perilaku *Word of mouth* studi kasus pada Sosmed Kafe Medan.

1.4 Perumusan Masalah

Sesuai dengan keterkaitan pengaruh desain produk, suasana toko terhadap kepuasan konsumen yang berdampak kepada perilaku *word of mouth* yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen Sosmed Kafe Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen Sosmed Kafe Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap perilaku *word of mouth* Konsumen Sosmed Kafe Medan?
4. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap *word of mouth* melalui variabel kepuasan konsumen Sosmed Kafe Medan?
5. Apakah terdapat pengaruh suasana toko terhadap perilaku *word of mouth* melalui variabel kepuasan konsumen Sosmed Kafe Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan keterkaitan pengaruh desain produk, suasana toko terhadap kepuasan konsumen yang berdampak kepada perilaku *word of mouth* yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen Sosmed Kafe Medan?
2. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen Sosmed Kafe Medan?
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap perilaku *word of mouth* Konsumen Sosmed Kafe Medan?
4. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap *word of mouth* melalui variabel kepuasan konsumen Sosmed Kafe Medan?

5. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap perilaku *word of mouth* melalui variabel kepuasan konsumen Sosmed Kafe Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkjan dapat memberikan manfaat kepada pihak – pihak terkait sebagai berikut :

- a. Bagi penulis : Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan pemahaman di bidang pemasaran serta kemampuan meneliti.
- b. Bagi perusahaan: Sebagai bahan infomasi untuk menentukan kebijakan dalam bidang pemasaran.
- c. Bagi Universitas Negeri Medan : Sebagai tambahan literatur kepustakaan di bidang penelitian dan manajemen pemasaran.
- d. Bagi peneliti berikutnya : sebagai referensi untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan variabel desain produk, susasana toko, kepuasan konsumen dan perilaku *word of mouth*.