

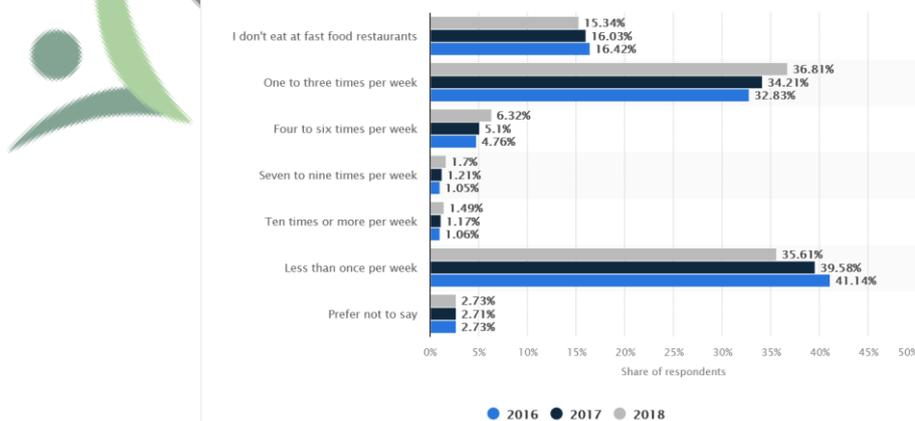
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seperti dasarnya manusia perlu mencukupi dasar kebutuhan dalam hidup yaitu pangan, papan, dan sandang. Pangan atau makanan menjadi kebutuhan pokok manusia yang sangat penting dan paling mendasar. Menurut Winarsih (Hafiza et al., 2021) penggunaan energi bermula melalui makanan, dan energi yang diperoleh akan menggantikan energi lain yang telah digunakan oleh tubuh. Manusia memerlukan energi serta nutrisi tersebut untuk menjalankan aktivitas sehari-harinya.

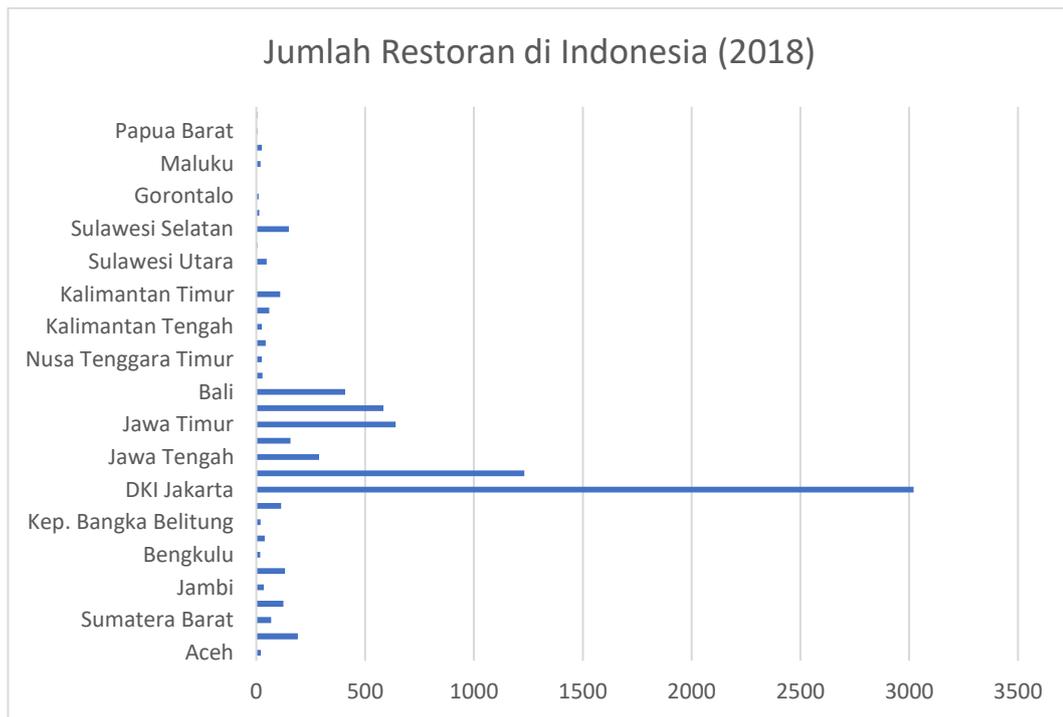
Pada era saat ini makanan sudah mulai beragam jenisnya, salah satunya adalah *fast food* dan *junk food*. Menurut Ernimumanis (Sutrisno et al., 2018) makanan “sampah” atau *junk food* merupakan makanan berkalori tinggi dan tidak sama sekali mempunyai gizi atau jumlahnya sangat minim. Makanan yang tidak bergizi atau *junk food* terdapat pada makanan dengan kandungan garam, lemak, dan gula yang tinggi. Sementara itu *fast food* merupakan makanan yang proses pembuatannya tidak memerlukan waktu yang banyak atau yang sering disebut sebagai makanan cepat saji.



Gambar 1.1 Seberapa sering masyarakat Indonesia mengonsumsi fast food tiap minggunya

(Sumber: Statista Research Department)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa tingkat konsumsi *fast food* masyarakat Indonesia tiap minggunya. Menurut situs Statista (Statista, 2017) terdapat peningkatan konsumsi *fast food* masyarakat Indonesia dari tahun ke tahunnya. Dari total responden yang berjumlah 38.955 orang, pada tahun 2018 terdapat 36,81% dari total responden mengonsumsi *fast food* 1 sampai 3 kali per minggunya. Hal ini menunjukkan jenis makanan tersebut disukai masyarakat umum.



Gambar 1.2 Jumlah Restoran di Indonesia pada Tahun 2018

(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Gambar 1.2 menunjukkan jumlah data restoran yang ada di Indonesia pada tahun 2018. Menurut data tersebut yang diperoleh dari situs Badan Pusat Statistik Indonesia, bahwa di Indonesia terdapat 7.680 rumah makan atau restoran, khususnya DKI Jakarta terdapat 3.021 restoran yang tersebar di seluruh Kota Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan bisnis restoran atau rumah makan sangat kompetitif khususnya di Jakarta. Sehingga penetapan harga sangat diperlukan agar dapat berbanding lurus dengan kualitas produk yang diberikan.

Harga menurut Kotler dan Armstrong dalam (Alamsyah & Cahyono, 2021) adalah jumlah uang yang ditagihkan kepada konsumen sebab penggunaan sebuah

barang ataupun layanan dengan tujuan melengkapi keperluan masyarakat. Penetapan harga yang relevan dilakukan agar produk yang ditawarkan mampu bertahan melawan kompetitor lainnya di pasar, dengan begitu pelanggan mempunyai berbagai opsi dalam memilih suatu barang atau jasa tertentu.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Hamburger pada Lawless Burgerbar, Burger Bros, dan Burger King

	Harga		
	Lawless Burgerbar	Burger Bros	Burger King
Cheese Burger	Rp52.000	Rp43.990	Rp58.636
Beef Burger	Rp57.000	Rp42.990	Rp62.727
Double Beef Burger	Rp135.000	Rp75.990	Rp84.545
Chicken Burger	Rp47.000	Rp34.990	Rp41.364

(Sumber: Olahan Peneliti)

Tabel 1.1 merupakan data olahan peneliti yang menunjukkan perbandingan antara 3 restoran *fast food* yang menyediakan menu utama yaitu *hamburger*, diantaranya adalah Lawless Burgerbar, Burger Bros, dan Burger King. Menurut data tersebut diperoleh hasil bahwa harga rata-rata *hamburger* di Lawless Burgerbar adalah sebesar Rp 72.750, Burger Bros sebesar Rp 49.490, Burger King sebesar Rp 61.818. Hal ini dapat diketahui produk rata-rata Lawless Burgerbar memiliki harga yang paling mahal jika dibandingkan oleh kedua restoran *fast food* tersebut. Dengan harga produk yang dapat dikategorikan mahal, seharusnya diperlukan produk yang berkualitas baik agar konsumen tidak kecewa dengan harga yang tinggi.

Menurut Kotler and Armstrong dalam (Sari, 2020) kualitas produk merupakan kesanggupan produk untuk menjalankan fungsi dasarnya, termasuk didalamnya adalah daya tahan, keandalan, pengoperasian yang mudah, serta kemudahan perbaikan produk. Produk yang berkualitas merupakan produk yang berhasil memenuhi keinginan serta hasrat konsumen setelah memperoleh atau menggunakan produk tersebut. Produk yang berkualitas jika diiringi dengan suasana toko yang menarik menjadikan suatu daya tarik lebih di mata konsumen.

Menurut J.Paul Peter & Jerry C.Olson suasana toko dalam (Tanjung, 2020) merupakan sebuah ciri toko bertujuan berperan cukup krusial untuk sebuah bisnis yang berperan dalam menciptakan *atmosphere* yang nyaman, serta menimbulkan *output* konsumen senang bertahan lama di toko. Suasana toko berperan tidak langsung dalam mendorong keinginan konsumen dalam melakukan pembelian. Desain serta penetapan tempat suasana toko yang baik akan membuat penilaian positif bagi konsumen. Menurut (Berman & Evans, 2014) *store atmosphere* mencakup ruangan bagian dalam, bagian luar, tata letak, alur bagian dalam toko, kenyamanan, suhu, fasilitas, musik, dan lainnya sehingga menciptakan ketertarikan pelanggan dan meningkatkan keinginan untuk membeli. Sama seperti salah satu restoran *fast food* dan *junk food* Lawless Burgerbar Kemang, Jakarta Selatan yang memiliki keunikan dalam menciptakan pengalaman baru dalam suasana toko.



Gambar 1.3 Suasana toko lantai 2 di Lawless Burgerbar Kemang

(Sumber: [www.instagram.com/lawless.burgerbar](http://www.instagram.com/lawless.burgerbar))



Gambar 1.4 Suasana toko lantai 2 di Lawless Burgerbar Kemang

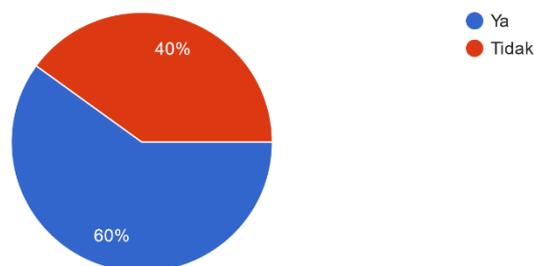
(Sumber: [www.instagram.com/lawless.burgerbar](http://www.instagram.com/lawless.burgerbar))

Gambar 1.3 dan 1.4 menunjukkan suasana toko/*store atmosphere* Lawless Burgerbar Kemang pada saat sebelum pandemi Covid-19. Lawless Burgerbar berdiri pada 3 September 2018 yang merupakan salah satu divisi dari Lawless Jakarta Indonesia, yang bergerak di bidang restoran *fast food*. Menurut situs Lawless Jakarta (Lawless Jakarta, 2018) “Lawless Burgerbar merupakan sebuah pewujudan mimpi kami sejak lama. Seringkali kami membicarakan untuk memiliki tempat nongkrong dengan makanan enak, bir dingin, dan dikombinasikan dengan *playlist* musik-musik rock dan metal yang kami gemari”. Lawless Burgerbar memberikan pengalaman baru kepada konsumennya dengan memakan *junk food* dengan menu utama mereka yaitu *hamburger* dengan suasana toko bertemakan musik-musik rock dan metal. Menurut David dalam situs Pop Hari Ini (Silvianus, 2017) “Yang menarik dari menu burger di Lawless Burgerbar Kemang, yaitu nama-

nama menu burger-nya diambil dari nama-nama band serta lirik lagu rock dan metal, contohnya seperti The Lemmy (dari Lemmy Kilmister – vokalis & *bassist* band Motorhead, Sabbath Burger (dari nama band rock asal Inggris, Black Sabbath), dan Motley Burg (dari band *heavy* metal Motley Crue). Selain *hamburger*, mereka juga menyediakan menu lain berupa *sandwich* seperti Enter Sandwich (dari lagu Metallica “Enter Sandman”) juga *hot dog* seperti Dog Nasty (dari nama band Dag Nasty)”.

Peneliti telah melakukan pra-survei yang ditujukan kepada 25 orang responden dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai harga, *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Lawless Burgerbar Kemang melalui Google Form. Berikut perolehan data dari hasil pra-survei yang dilakukan peneliti:

Apakah harga yang ditawarkan Lawless Burgerbar Kemang sesuai dengan kualitas produk?  
25 responses



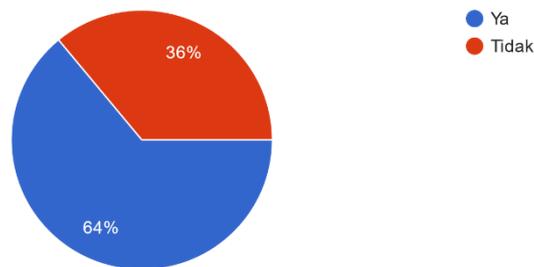
Gambar 1.5 Hasil pra-survei mengenai kepuasan terhadap harga produk Lawless Burgerbar Kemang

(Sumber: Data kuisisioner)

Berdasarkan gambar 1.5, didapati 15 responden memilih “Ya” dan 10 responden memilih “Tidak”. Menurut hasil pra-survei tersebut dapat diketahui 60% responden merasa harga produk Lawless Burgerbar Kemang terjangkau oleh konsumen. Sedangkan 40% sisanya merasa tidak puas karena harga produk Lawless Burgerbar Kemang tidak terjangkau oleh konsumen.

Apakah Lawless Burgerbar Kemang memberikan suasana toko yang nyaman?

25 responses



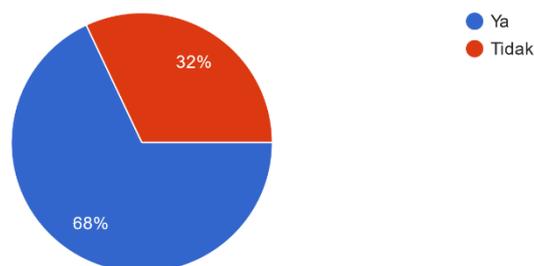
Gambar 1.6 Hasil pra-survei mengenai kenyamanan suasana toko di Lawless Burgerbar Kemang.

(Sumber: Data kuisisioner)

Berdasarkan gambar 1.6, didapati 16 responden memilih “Ya” dan hanya 9 responden memilih “Tidak”. Menurut hasil pra-survei tersebut dapat disimpulkan bahwa 64% responden merasa nyaman dengan *store atmosphere* di Lawless Burgerbar Kemang. Sedangkan 36% sisanya merasa tidak nyaman terhadap suasana toko di Lawless Burgerbar Kemang.

Apakah Lawless Burgerbar Kemang memiliki kualitas produk (makanan dan minuman) yang baik?

25 responses



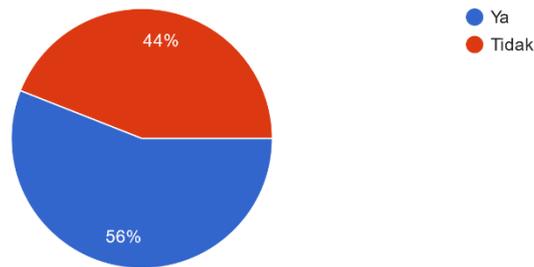
Gambar 1.7 Hasil pra-survei mengenai kepuasan terhadap kualitas produk (makanan dan minuman) di Lawless Burgerbar Kemang.

(Sumber: Data kuisisioner)

Berdasarkan gambar 1.7, didapati 17 responden memilih “Ya” dan hanya 8 responden memilih “Tidak”. Menurut hasil pra-survei tersebut dapat disimpulkan bahwa 68% responden merasa puas terhadap kualitas produk yaitu makanan dan minuman yang disajikan oleh Lawless Burgerbar Kemang tergolong baik.

Sedangkan 32% sisanya merasa tidak puas terhadap kualitas produk yaitu makanan dan minuman di Lawless Burgerbar Kemang yang menurut mereka tidak baik.

Apakah anda puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Lawless Burgerbar Kemang?  
25 responses

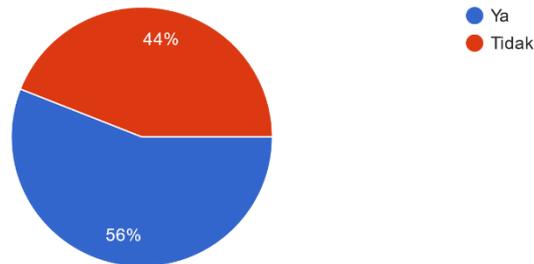


Gambar 1.8 Hasil pra-survei mengenai kepuasan terhadap kualitas pelayanan oleh karyawan di Lawless Burgerbar Kemang.

(Sumber: Data kuisisioner)

Berdasarkan gambar 1.8, didapati 14 responden memilih “Ya” dan 11 responden memilih “Tidak”. Menurut hasil pra-survei tersebut dapat disimpulkan bahwa 56% responden puas terhadap kualitas *service* karyawan Lawless Burgerbar Kemang. Sedangkan 44% sisanya merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan oleh karyawan di Lawless Burgerbar Kemang.

Apakah anda merasa puas terhadap Lawless Burgerbar Kemang?  
25 responses



Gambar 1.9 Hasil pra-survei mengenai kepuasan terhadap Lawless Burgerbar Kemang.

(Sumber: Data kuisisioner)

Berdasarkan gambar 1.9, didapati 14 responden memilih “Ya” dan 11 responden memilih “Tidak”. Menurut hasil pra-survei tersebut dapat disimpulkan bahwa 56% responden merasa puas terhadap Lawless Burgerbar Kemang. Sedangkan 44% sisanya merasa tidak puas terhadap Lawless Burgerbar Kemang.

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan dan pra survei tersebut, ditemui fenomena gap yang berasal dari hasil jawaban responden yang memilih opsi tidak, maka peneliti berniat mengajukan dan tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PRODUK, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAWLESS BURGERBAR KEMANG”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Hasil pemaparan latar belakang permasalahan tersebut, diperoleh atau diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lawless Burgerbar Kemang?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lawless Burgerbar Kemang?
3. Apakah kualitas produk dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lawless Burgerbar Kemang?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lawless Burgerbar Kemang?
5. Apakah harga, *store atmosphere*, kualitas produk, dan pelayanan dapat berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Lawless Burgerbar Kemang?

## 1.3 Batasan Masalah

1. Peneliti hanya membahas harga, *store atmosphere*, kualitas produk dan pelayanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan Lawless Burgerbar Kemang.
2. Objek penelitian adalah orang yang sudah pernah atau masih membeli produk Lawless Burgerbar Kemang.
3. Sampel penelitian adalah konsumen Lawless Burgerbar Kemang yang berusia 18-30 tahun dan bertempat tinggal di wilayah Jabodetabek.
4. Periode penelitian dilakukan dari mulai bulan Februari hingga Juni 2022.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lawless Burgerbar Kemang.
2. Untuk mengetahui bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lawless Burgerbar Kemang.
3. Untuk mengetahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lawless Burgerbar Kemang.
4. Untuk mengetahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lawless Burgerbar Kemang.
5. Untuk mengetahui bahwa harga, *store atmosphere*, kualitas produk, dan pelayanan memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Lawless Burgerbar Kemang.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Akademik

Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk memberi petunjuk serta rujukan bagi suatu orang bersangkutan, dalam ilmu manajemen pemasaran seputar harga, *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

##### 2. Manfaat Praktis

Tujuan lainnya dilakukannya penelitian adalah memberi petunjuk berguna sebagai pertimbangan atas efektivitas serta efisiensi ketika mengimplementasikan strategi pemasaran.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Struktur penulisan bertujuan untuk memberi kemudahan peneliti dalam menyusun skripsi, sehingga diperlukan penentuan sistematika penulisan secara baik dan benar. Sistematika penulisan dikelompokkan menjadi beberapa bab, antara lain:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini dibahas seputar latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian: manfaat akademik dan manfaat praktis, dan sistematika penulisan yang sesuai dengan penelitian ini dengan judul: “Pengaruh Harga, *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Lawless Burgerbar Kemang”.

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab tinjauan pustaka akan membahas teori-teori yang terdapat sangkut paut dengan tema penelitian, seperti kajian teori, variabel yang diteliti, dan teori pendukung penelitian ini yaitu penelitian terdahulu.

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Berisi tentang definisi variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

### **BAB 4 ANALISIS PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian secara sistematika kemudian dianalisis dengan menggunakan metodologi penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab kesimpulan dan saran merupakan hasil akhir dari penelitian ini, yang berisi tentang kesimpulan, keterbatasan hasil penelitian, dan juga saran.