

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Braga Permai merupakan merek restoran yang sudah berada sejak tahun 1923 di kota Bandung, Braga Permai berletakkan di Jl. Braga, Kota Bandung, Jawa Barat. Braga Permai memiliki nuansa belanda hingga saat ini karena tetap mempertahankan bangunan yang berada pada tahun 1923, ini menjadi daya tarik karena Braga Permai yang merupakan restoran tertua dibandung membawakan nilai historis yang dapat dinikmati oleh seluruh kalangan.

Sebelum berubah menjadi Braga Permai, pada tahun 1923 dikenal dengan nama Maison Bogerijen yang merupakan tempat berkumpulnya orang-orang elit dari belanda ataupun penduduk lokal yang mempunyai status tinggi di masyarakat, diubah menjadi Braga Permai pada tahun 1960 setelah berpindah kepemilikan dan hingga saat ini nuansa yang di sajikan oleh Braga Permai tetap di pertahankan dengan baik.

Berlokasi di Jl. Braga menjadi salah satu keunggulan dari Braga Permai karena Jl. Braga berada ditengah padatnya kota Bandung dan termasuk kawasan yang memiliki nilai historis tinggi, sehingga Braga Permai pun merupakan salah satu *pioneer* dari kedai dengan nuansa klasik di Jl. Braga. Saat ini banyak bermunculan kedai baru dengan nuansa yang lebih modern pada Jl. Braga yang dapat berimbas pada kedai yang lebih tua.

Sebagai bisnis pada sektor *food and beverage* Braga Permai merupakan salah satu yang terdampak pada saat pandemi Covid-19 tiba, tidak dapat melakukan operasional restoran seperti biasanya merupakan ujian untuk Braga Permai, namun Braga Permai menanggapi sebagai tantangan agar dapat lebih kreatif sehingga Braga Permai dapat bertahan. Braga Permai menyediakan kopi kekinian sebagai tambahan untuk dapat memperbanyak pilihan menu pada Braga Permai.



Gambar 1.1 Logo Braga Permai Coffee

Sumber: Braga Permai(2024)

Untuk menjalankan bisnisnya Braga Permai dan menunjang perkembangannya Braga Permai memiliki visi misi sebagai berikut.

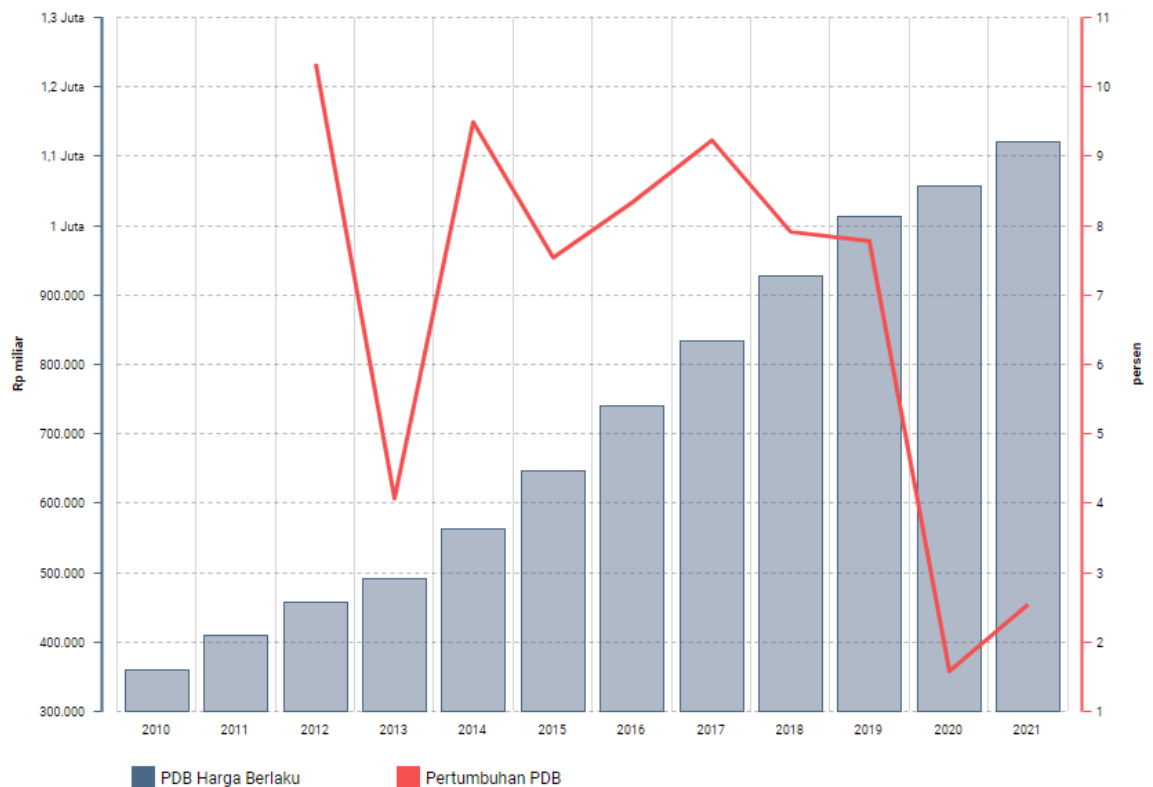
- a. Visi
Menyediakan makanan khas belanda bagi mereka yang ingin bernostalgia akan cita rasa resep warisan tempo dulu.
- b. Misi
Mempertahankan resep dan cita rasa makanan dengan kualitas yang tidak menurun, dan tetap bersaing.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Bidang *Food and Beverages* merupakan bidang yang tidak pernah berhenti untuk bermunculannya bisnis-bisnis baru dengan konsep yang bermacam-macam, namun hal itu juga memicu banyaknya persaingan pada bidang kuliner. tingginya persaingan bisnis pada bidang kuliner menjadikan bisnis kuliner salah satu dengan persaingan bisnis terbesar namun, *barier to entry* bidang kuliner tidak setinggi bidang bisnis lainnya sehingga, memudahkan masyarakat untuk dapat memulai dan membangun bisnisnya sendiri

terutama di kota Bandung. Di kota Bandung terdapat bermacam-macam hidangan kuliner, mulai dari hidangan tradisional hingga berbagai hidangan-hidangan mancanegara tersedia di kota Bandung. Usaha kuliner yang terdapat di kota Bandung pun sangat beragam mulai dari pedagang kaki lima, warung makan, outlet tenda, rumah makan, *foodcourt*, restoran, sampai dengan *coffee shop*. Setiap bisnis pada bidang kuliner memiliki ciri khasnya masing-masing dan menjadi keunikan sehingga berefek pada bidang kuliner di kota Bandung terkenal hingga ke luar kota Bandung, setiap keunikan dari bisnis di bidang kuliner menjadi pengingat pada benak konsumen. Salah satu contohnya merupakan Braga Permai di kota Bandung.

Nilai dan Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman (2010-2021)



Gambar 1.2 Nilai pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman (2010-2021)

sumber: *katadata.co.id*

Sebagaimana dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman nasional menghasilkan produk domestik bruto (PDB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021 atas dasar harga berlaku (ADHB). Nilai ini merupakan porsi 38,05% terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61% terhadap PDB nasional, yang mencapai

Rp16,97 kuadriliun. Diukur menurut PDB atas dasar harga konstan (ADHK) 2010, industri makanan dan minuman tumbuh 2,54% pada tahun lalu dibandingkan tahun sebelumnya. Ini lebih baik daripada tahun sebelumnya, yang hanya tumbuh 1,58%, tetapi lebih rendah daripada pertumbuhan di atas 7% sebelum pandemi, dan juga di bawah pertumbuhan PDB nasional pada tahun sebelumnya. Salah satu dari sembilan bidang pengolahan nonmigas yang membukukan pertumbuhan pada tahun 2021 adalah makanan dan minuman. Selain itu, delapan bidang pengolahan nonmigas lainnya dari 17 sektor mengalami kontraksi. (Katadata, 2022)

Restoran adalah tempat yang biasa digunakan untuk menyantap makanan siap saji. Restoran bervariasi dalam hal apa yang mereka tawarkan, tampilannya, cara mereka melayani pelanggan, dan jenis makanan yang mereka sajikan. Hal ini membagi restoran ke dalam kategori kelas atas dan kelas bawah [1]. Saat ini setiap restoran memiliki tema dan konsepnya masing-masing, suasana toko dari restoran hingga makanan yang disediakan berkaitan dengan konsep yang diterapkan pada restoran tersebut.

Kota Bandung juga dikenal dengan kulinernya yang beragam dan unik, perkembangan makanan dan minuman di kota Bandung sangat pesat, berbagai restoran dengan konsep baru dan unik selalu bermunculan setiap tahunnya. Hal ini juga didukung dengan pertumbuhan PDB industri makanan dan minuman sebesar 4,47 persen pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun 2022 [2]. Hal ini menandakan dinamis dan berkembangnya sektor makanan dan minuman dalam industri jasa, yang mencerminkan lanskap kuliner kota yang terus berkembang dan kemampuannya untuk menarik minat penduduk lokal dan wisatawan yang mencari pengalaman bersantap yang beragam.

Jalan Braga merupakan salah satu lokasi bersejarah di kota Bandung. Julukan Paris van Java untuk Kota Bandung diambil dari jalan Braga karena dulunya merupakan pusat pemerintahan Belanda sebelum Indonesia merdeka dan juga merupakan lokasi toko-toko pakaian atau fashion [3]. Jalan Braga merupakan kawasan wisata modern yang terletak di jantung Kota Bandung [4]. Jumlah penyewa makanan dan minuman di Braga terus meningkat. Sementara beberapa penyewa mempertahankan nilai historis dengan mempertahankan fasad lama, yang lain telah memodernisasi tempat mereka, terutama beberapa kedai kopi yang telah dibuka dalam beberapa tahun terakhir.

Jalan Braga merupakan rumah bagi toko-toko yang telah ada sejak tahun 1900-an dan terus beroperasi hingga saat ini. Namun, munculnya penyewa baru dengan konsep baru, ditambah dengan pergeseran demografi konsumen, menimbulkan tantangan bagi perusahaan-perusahaan yang sudah lama berdiri ini. Lanskap yang terus berkembang

ini dapat memberikan dampak buruk bagi restoran-restoran "lama", mengancam kemampuan mereka untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Penelitian terbaru menyoroti tren baru yang disebut "cafe hopping," yang kontras dengan konsep tradisional loyalitas pelanggan dan sejalan dengan munculnya restoran-restoran baru yang menawarkan konsep baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana restoran yang lebih tua dapat mempertahankan kehadiran mereka dan mempertahankan pelanggan setia [6].

berdasarkan fenomena diatas, penulis membuat kajian tentang marketing dengan judul **“Hubungan antara Service Quality, Store Atmosphere, dan Price Fairness dengan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty: Studi pada Braga Permai Coffee”**.

1.3 Perumusan Masalah

Braga Permai adalah restoran yang telah beroperasi sejak tahun 1923 di Kota Bandung, menjadikannya salah satu ikon kuliner yang telah bertahan lama dalam industri yang sangat kompetitif. Dengan sejarah panjang dan reputasi yang mapan, Braga Permai tidak hanya menarik pelanggan yang sudah lama mengenal tempat ini, tetapi juga berusaha untuk memenuhi ekspektasi pelanggan baru dalam menghadapi perubahan pasar dan persaingan yang semakin ketat.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri restoran di Indonesia mengalami perubahan yang signifikan, dipengaruhi oleh tren konsumen yang terus berkembang dan standar layanan yang semakin tinggi. Restoran yang sudah lama berdiri, seperti Braga Permai, menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan relevansi mereka di tengah perubahan tersebut. Meskipun Braga Permai dikenal karena warisan dan kualitas historisnya, terdapat kebutuhan untuk memahami bagaimana faktor-faktor modern seperti kualitas layanan, suasana restoran, dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Salah satu tantangan utama adalah bagaimana Braga Permai dapat mempertahankan pengalaman pelanggan yang memuaskan dalam konteks perkembangan teknologi dan perubahan preferensi konsumen. Dengan meningkatnya kompetisi dari restoran-restoran baru yang menawarkan inovasi dalam layanan dan suasana, Braga Permai harus menilai bagaimana faktor-faktor seperti kualitas layanan dan atmosfer restoran mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Selain itu, persepsi tentang keadilan harga juga menjadi faktor penting. Pelanggan saat ini lebih peka terhadap nilai yang mereka terima dari setiap rupiah

yang dibelanjakan. Oleh karena itu, menilai bagaimana harga yang diterapkan di Braga Permai dibandingkan dengan kualitas dan pengalaman yang diterima pelanggan sangat penting untuk memahami dampaknya terhadap loyalitas mereka.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pertanyaan penelitian yang peneliti angkat pada penelitian ini yaitu:

- Apakah pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan Braga Permai?
- Apakah pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan Braga Permai?
- Apakah pengaruh *Price Fairness* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan Braga Permai?
- Apakah pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Braga Permai?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk:

- Untuk mengetahui pengaruh dari *Service Quality* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan Braga Permai.
- Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Braga Permai.
- Untuk mengetahui pengaruh *Price Fairness* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Braga Permai.
- Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*

1.5 Manfaat Penelitian

Aspek Teoritis

Penelitian ini dilakukan agar dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan memperluas literatur akademis mengenai marketing dalam industri kuliner, khususnya restoran.

Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru pada kajian marketing, serta mengetahui pengaruh dari *Hubungan antara Service Quality, Store Atmosphere, dan Price Fairness dengan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty* selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan untuk Braga Permai Coffee dalam meningkatkan efektivitas implementasi *Marketing* terutama pada peningkatan Loyalitas pelanggan.

1.6 Sistematika penulisan

a. Bab I

Menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

b. Bab II

Menjelaskan tentang teori-teori umum dan khusus yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

c. Bab III

Menjelaskan tentang jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan dan pengolahan data, pengujian hipotesis.

d. Bab IV

Menjelaskan tentang pembahasan secara sistematis pada penelitian ini dan juga memberikan hasil dari analisis data.

e. Bab V

Menjelaskan tentang kesimpulan yang didapatkan oleh penulis dari penelitian, dan penulis memberikan saran terhadap penelitian.