

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Franchise merupakan bentuk duplikasi bisnis yang telah sukses dan mempunyai brand yang sudah dikenal. Pertumbuhan usaha waralaba (*franchise*) kini semakin berkembang di Indonesia. Berdasarkan data dari Asosiasi Franchise Indonesia pada tahun 2013, jumlah waralaba (*franchise*) lokal di Indonesia sebanyak 42 perusahaan, sedangkan untuk jumlah waralaba (*franchise*) asing mencapai 451 perusahaan, dengan rincian waralaba di kota-kota besar rata-rata sebanyak 17 waralaba lokal dan 25 waralaba asing. Oleh karena itu, seiring berkembangnya usaha waralaba (*franchise*), para pelaku usaha waralaba (*franchise*) harus memiliki strategi untuk tetap berdaya saing dalam lingkungan persaingan bisnis yang semakin ketat dan kondisi siklus produk yang pendek. Selain itu dengan perkembangan gaya hidup yang semakin modern, perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian suatu produk juga ikut beragam. Untuk itu produsen juga harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran. Oleh karena itu para produsen harus mampu membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang ditawarkan. Setelah konsumen mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya, perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut.

Salah satu strategi untuk tetap mampu berdaya saing dalam lingkungan persaingan bisnis waralaba yang semakin ketat dan untuk memuaskan keinginan serta kebutuhan konsumen adalah dengan menciptakan store atmosphere (suasana toko / suasana restoran) yang unik sehingga bisa menjadi alternatif untuk membedakan bisnis waralaba (*franchise*) dengan bisnis waralaba (*franchise*) yang lainnya. Selain store atmosphere (suasana toko / suasana restoran), faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah dengan menciptakan diversifikasi

produk. Diversifikasi produk berperan dalam pembentukan improvisasi dan inovasi bisnis waralaba (*franchise*). Keberagaman produk akan menimbulkan kesan yang tidak sama dengan produk lamanya dan produk dari pesaing. Selain menciptakan suasana toko yang menarik dengan diversifikasi produk yang beragam, strategi yang dapat digunakan oleh para produsen dalam upaya menaikkan tingkat kepuasan konsumen yaitu dengan menerapkan harga yang bersaing dan cukup terjangkau oleh semua kalangan. Harga yang sesuai dengan harapan konsumen akan berdampak pada keinginan konsumen untuk kembali lagi dalam melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk memilih C'Bezt Tegal Besar Jember sebagai objek penelitian karena C'Bezt Tegal Besar Jember memiliki konsep restoran atau ruangan (*store atmosphere*) yang berbeda dari C'Bezt-C'Bezt yang lainnya. C'Bezt Tegal Besar Jember tidak hanya menyediakan ruangan *indoor* yang cukup luas untuk tempat makan para konsumennya, tetapi C'Bezt Tegal Besar Jember juga memiliki ruangan *outdoor* untuk tempat makan berupa gazebo yang memungkinkan para konsumen untuk makan dengan suasana lesehan yang sangat nyaman. Selain itu untuk menyamankan para konsumennya C'Bezt Tegal Besar Jember dilengkapi dengan fasilitas tempat bermain anak-anak berupa ayunan, prusutan, dan lain sebagainya yang memungkinkan para orang tua dengan mudah mengawasi anak-anaknya tanpa perlu khawatir mengganggu waktu makan mereka. Selain memiliki *store atmosphere* atau suasana ruangan yang menarik dan berbeda, C'Bezt Tegal Besar Jember juga memiliki produk yang beragam. Tidak hanya produk *fried chicken* yang menjadi menu andalan, tetapi juga ada nasi goreng, *chicken teriyaki*, dan lain lain dengan harga yang bersaing dan cukup terjangkau untuk semua kalangan. Hal inilah yang menyebabkan C'Bezt Tegal Besar Jember dikunjungi yaitu rata-rata 100-200 orang tiap harinya. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di C'Bezt Tegal Besar Jember.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah suasana restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen C'Bezt Tegal Besar?
2. Apakah diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen C'Bezt Tegal Besar?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen C'Bezt Tegal Besar?

1.3 Tujuan

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh suasana restoran terhadap kepuasan konsumen C'Bezt Tegal Besar
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap kepuasan konsumen C'Bezt Tegal Besar
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen C'Bezt Tegal Besar

1.4 Manfaat

1. Dijadikan sebagai bahan pembelajaran ilmiah yang berguna bagi perkembangan ilmu perilaku konsumen
2. Digunakan sebagai bahan pertimbangan manajemen C'Bezt Tegal Besar dalam upaya meningkatkan, mempertahankan, dan memahami kepuasan konsumen
3. Dijadikan sebagai bahan informasi dan acuan bagi peneliti berikutnya khususnya penelitian sejenis