

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konsumsi daging sapi nasional di Indonesia saat ini rata-rata sebesar 2,2 kg per kapita pertahunnya. Permintaan akan protein hewani semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk. Menurut teori Maslow, manusia berusaha memenuhi kebutuhan tingkat terendahnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Hal tersebut menyebabkan pemenuhan kebutuhan akan makanan menjadi bagian yang penting karena makanan merupakan faktor utama dalam mendukung keberlangsungan hidup dan gizi manusia. (Maslow 1943 dalam Sumarwan 2011).

Daging sapi telah menjadi bagian pola makan pokok di rumah tangga, menjadikannya konsumsi rutin untuk sebagian besar orang. Akan tetapi pola konsumsi makanan pada masyarakat cenderung mengalami perubahan dengan memilih mengkonsumsi makanan yang lebih praktis dan lebih cepat serta menikmati kenyamanan yang tidak dapat ditemukan di rumah. Perubahan pola konsumsi yang terjadi pada sebagian besar masyarakat saat ini disebabkan intensitas kesibukan masyarakat lebih tinggi sehingga sebagian besar masyarakat tidak sempat untuk menyiapkan makanan di rumah. Hal ini menyebabkan masyarakat lebih memilih makanan cepat saji yang dinilai oleh konsumen lebih praktis. Makanan cepat saji merupakan makanan yang dapat dikonsumsi secara langsung dan dapat disiapkan dengan cepat. Dengan adanya perubahan pola konsumsi ini, maka masyarakat lebih cenderung menggunakan jasa industri dibidang kuliner seperti restoran atau rumah makan.

Adanya peningkatan tersebut mendorong pelaku usaha untuk memasuki industri makanan, sehingga mengakibatkan jumlah restoran terus bertambah. Restoran merupakan Salah satu industri yang bergerak dalam subsistem hilir dengan melakukan kegiatan mengolah komoditas peternakan primer menjadi produk-produk olahan yang siap saji (*ready to cook*), dan siap konsumsi (*ready to eat*), siap guna (*ready for used*) beserta memasarkannya kepada konsumen (Saragih, 2001).

Sumatera Barat adalah salah satu daerah yang mengalami perkembangan jumlah restoran. Berdasarkan data dari BPS diketahui bahwa jumlah restoran di Sumatera Barat meningkat dari 1379 restoran pada tahun 2020 menjadi 1546 restoran pada tahun 2021. Kota Padang merupakan nomor urut pertama memiliki restoran terbanyak yaitu 203. Masifnya pertumbuhan bisnis kuliner ini tentunya menciptakan tingkat kompetisi yang semakin tinggi. Adanya tingkat kompetisi yang sangat tinggi juga menyebabkan konsumen memiliki kecenderungan untuk bersikap *variety seeking*, yaitu dimana konsumen tertarik untuk mencoba sesuatu hal yang baru dan berbeda terhadap produk yang ditawarkan oleh pesaing maupun karena merasa jenuh dengan produk yang dikonsumsi saat ini (Peter and Olson, 1999).

Ketika tingkat kompetisi yang tinggi telah tercipta, maka pemeliharaan pelanggan menjadi suatu hal yang penting untuk memperoleh keunggulan atas kompetitor, karena pelanggan merupakan komponen utama dalam keberlangsungan bisnis suatu restoran. Pemilik restoran perlu mempertahankan pelanggan yang dimilikinya agar tidak berpaling ke restoran pesaing.

Untuk mempertahankan agar konsumen yang dimiliki tidak berpindah kepada restoran pesaing, maka pihak restoran perlu membentuk hambatan untuk pindah (*switching barrier*). Hambatan pindah mengacu kepada tingkat kesulitan maupun rintangan bagi konsumen untuk meninggalkan restoran lama ke restoran baru ketika konsumen tidak puas terhadap kinerja restoran lama maupun ketika adanya daya tarik dari restoran baru. Semakin tinggi hambatan pindah yang diciptakan oleh pihak manajemen restoran, semakin sulit pula konsumen tersebut untuk berpindah ke restoran lain. Salah satu bentuk hambatan pindah tersebut dengan membentuk dan menumbuhkan loyalitas dalam diri konsumen. loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, restoran atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang (Tjiptono, 2004).

Salah satu bisnis restoran yang ada di Padang yaitu Waroeng Steak and Shake. Waroeng Steak and Shake merupakan restoran yang menjual bermacam jenis steak. Steak adalah sepotong daging yang biasanya diolah dari daging merah dan dada ayam. Steak biasanya dimasak dengan cara dipanggang dan ada yang digoreng tepung. Steak biasanya disajikan bersama saus pilihan misalnya saus barbeque, saus tomat, saus lada hitam, dan sebagainya.

Waroeng Steak and Shake memiliki kurang lebih 106 cabang di seluruh Indonesia, salah satunya ada di Kota Padang, di Jl. Diponegoro No.15, Kel. Belakang Tangsi, Kec. Padang Barat, Kota Padang, 25118. Ditinjau dari tempat, Waroeng Steak and Shake ini cukup strategis. Daerah ini dekat dengan area perkantoran, sekolah, pantai, taman budaya dan musium. Dengan lahan yang luas, restoran ini memiliki area parkir yang luas dan memudahkan konsumen untuk

parkir. Waroeng Steak and Shake ini memiliki ruangan yang luas didalamnya, dilengkapi dengan meja dan kursi yang menarik dan beraneka jenis sehingga konsumen dapat memilih tempat yang diinginkan.

Waroeng Steak and Shake Padang juga menyajikan pelayanan yang baik bagi konsumen. Sambutan yang hangat dan ramah saat pertama kali datang selalu dilakukan oleh *waiters*. Mempersilahkan konsumen memilih menu kesukaan dan memastikan kembali menu yang dipesan sudah pasti agar tidak terjadi kesalahan, namun ketika pengunjung restoran melebihi kapasitas banyak sekali konsumen yang mengeluh terhadap keterlambatan pesanan.

Berdasarkan pengamatan dilapangan jumlah pengunjung Waroeng Steak and Shake cenderung berfluktuatif. Hal ini disebabkan oleh adanya tingkat kompetisi yang tinggi. Terlebih banyaknya restoran yang berada di sekitar seperti Safari Garden Cafe & Restaurant, Pondok Steak Waroeng Enjoy, Kinol Bistro, dan Hau's tea membuat peluang perpindahan konsumen ke restoran lainnya semakin tinggi apabila kepuasan tidak dirasakan maksimal, jika dibiarkan terus menerus maka akan berdampak buruk bagi pendapatan dan keberlangsungan restoran.

Perusahaan terus berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan mau membeli produk terus-menerus, strategi pemasaran yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran (Kotler dan Keller, 2012). Konsumen yang mendapatkan produk dan pelayanan yang sesuai harapan atau keinginan tentu akan menjadi puas terhadap

restoran tersebut, sehingga bauran pemasaran ini berperan besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler (2001) pemasaran berhubungan erat dengan konsumen. Kegiatan pemasaran mencakup ruang lingkup kegiatan yang luas dimulai dari menentukan kebutuhan konsumen dan diakhiri dengan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian mengenai konsumen Waroeng Steak and Shake penting untuk dilakukan agar manajemen dari Waroeng Steak and Shake dapat mengevaluasi bauran pemasaran. Hal ini bertujuan agar manajemen Waroeng Steak and Shake Padang dapat berkompetisi di tengah tingginya persaingan dengan mempertahankan konsumen yang dimiliki agar tidak berpindah ke pesaingnya. Hasil dari penelitian konsumen yang dilakukan diharapkan dapat memberikan masukan dalam menyusun bauran pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang akhirnya akan menimbulkan loyalitas.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk Peternakan Waroeng Steak and Shake Di Kota Padang”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini:

1. Bagaimana karakteristik dan perilaku pembelian konsumen di Waroeng Steak and Shake Padang?
2. Bauran pemasaran apa saja yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen di Waroeng Steak and Shake Padang?

3. Menganalisis tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung Waroeng Steak and Shake Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui karakteristik dan perilaku pembelian konsumen produk di Waroeng Steak and Shake.
2. Mengetahui bauran pemasaran apa saja yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas kosumen di Waroeng Steak and Shake.
3. Mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung Waroeng Steak and Shake Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi mahasiswa, dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari selama di perkuliahan.
2. Bagi peneliti, sebagai bahan referensi mengenai bauran pemasaran, kepuasan dan loyalitas konsumen.
3. Bagi Produsen sebagai bahan masukan dalam meningkatkan performa untuk tetep mempertahankan konsumen.

