

BAB I

PENDAHULUAN

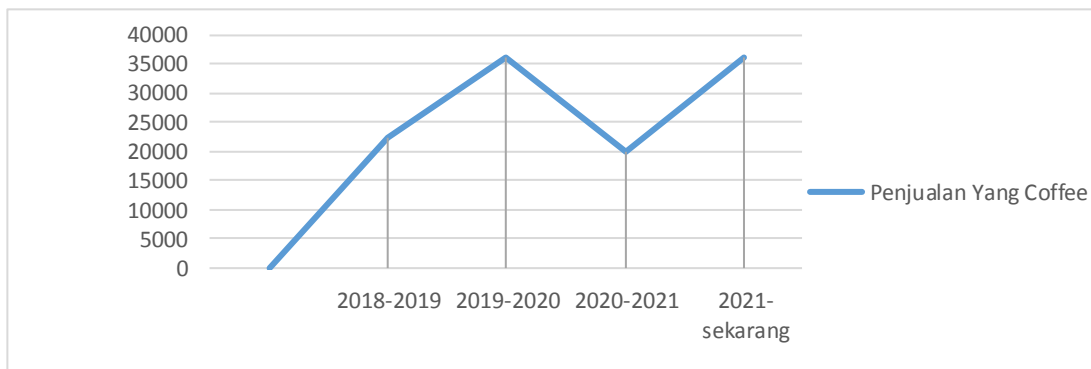
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Wisata kuliner saat ini menjadi sebuah jenis wisata yang sangat banyak dampaknya bagi perkembangan sebuah daerah. Oleh karena itu, banyak sekali bermunculan rumah makan maupun café agar menarik para wisatawan datang. *Coffee shop* saat ini sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia. Banyak masyarakat saat ini lebih memilih menikmati kopi di kedai kopi atau *Coffee shop* secara langsung. Menikmati kopi di *Coffee shop* secara langsung sudah menjadi gaya hidup masyarakat masa kini. *Coffee shop* ini tidak hanya menjual kopi saja tetapi juga ada teh dan makanan ringan sebagai pelengkapannya. Kini terjadi transformasi dalam penggunaan *Coffee shop* yang tidak hanya untuk sekedar minum kopi tapi juga sebagai bagian dari gaya hidup, dimana *Coffee shop* menjadi tempat berkumpul yang banyak diminati, bahkan *Coffee shop* menjadi identitas eksistensi dan simbol *prestige* bagi masyarakat bisnis.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam mewujudkan keberlanjutan sebuah usaha. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan daripada terus menerus menarik konsumen baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Menurut Park dalam Hasan (2009:57) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan sebagai respon terhadap produk

barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi, akan timbul perasaan senang, puas, atau kecewa. Hal tersebut akan menjadi hasil yang menentukan kepuasan atau ketidakpuasan dari suatu produk. Kepuasan pelanggan merupakan sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli (Kotler dan Armstrong, 2001). Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor menurut Lily,dkk (2014) *Store Atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Razak (2019) menyatakan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Utari (2019) menyatakan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Perusahaan yang juga mengedepankan kualitas jasa dan kepuasan pelanggan adalah *Yang Coffee Singaraja*. Penelitian ini dilakukan di *Yang Coffee Singaraja*, yang beralamat di jalan Mayor Metra no 14 Singaraja Bali. *Yang Coffee* merupakan salah satu kedai kopi yang sedang naik daun seperti Panamena, Danke Cafe, *Key Coffee*, *Abuela Coffee*. *Yang Coffee* menyediakan berbagai varian minuman berbasis kopi dan juga makanan sebagai pelengkap yang berdiri pada tanggal 3 September 2018. Berikut merupakan grafik tingkat penjualan produk pada *Yang Coffee Singaraja*:



Gambar 1.1
Grafik Penjualan Produk Yang *Coffee* Singaraja
(Sumber: Yang *Coffee* Singaraja)

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa penjualan Yang *Coffee* Singaraja mengalami fluktuasi, dimana pada tahun 2018 penjualan produk di Yang *Coffee* Singaraja adalah sebanyak 22.500 unit yang kemudian pada bulan berikutnya mengalami kenaikan sebanyak 13.500 unit dan pada bulan berikutnya mengalami penurunan sebanyak 16.240 unit lalu bulan berikutnya mengalami kenaikan lagi sebanyak 16.540 unit. Kecenderungan fluktuasi penjualan produk di Yang *Coffee* Singaraja dapat disebabkan oleh tingkat kepuasan pelanggan dalam berbelanja. Maka dari itu, perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Yang Coffe Singaraja.

Yang *Coffee* Singaraja harus tetap mempertahankan kepuasan pelanggannya dan mempersiapkan strategi agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Salah satu faktor pendukung dan pembentuk loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Kualitas dapat diartikan sebagai derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Ada lima dimensi kualitas

pelayanan jasa menurut (Tjiptono & Chandra, 2011). Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Menurut (Lovelock & Wirtz, 2011) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Konsumen akan merasa puas dan senang jika kinerja yang diberikan melebihi harapan konsumen. Konsumen yang puas terhadap barang ataupun jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang atau jasa. Tingkat kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kualitas pelayanan. Kemampuan dalam melayani pelanggan merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kemajuan suatu usaha agar dapat bersaing dengan para kompetitor dalam pasar. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat dihasilkan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga mampu menciptakan hubungan yang kuat antara pelanggan dengan perusahaan. Dengan demikian kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat kompleks pada pebisnis, karena dengan memberikan pelayanan yang baik dan tepat waktu konsumen akan merasa puas. Pelayanan yang maksimal akan mampu memenuhi harapan pelanggan dan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan (Lutfi,2020). Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada *Yang Coffee* didapat bahwa kurangnya sdm yang menyebabkan keterlambatan pelayanan di *Yang Coffee* hal tersebut menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rohaeni dan Marwa (2018) berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal yang sama juga diperoleh oleh Gofur (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Namun penelitian lainnya

yang dilakukan oleh Treisya, dkk (2019) pada perusahaan Gojek di Kota Kediri menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal demikian juga disampaikan pada penelitian oleh Dewi, dkk (2019) menunjukkan bahwa dalam pengujian dimensi kualitas pelayanan didapat dimensi kompetensi, mengakses, sikap sopan dan santun, komunikasi serta keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, suasana toko atau *Store Atmosphere* juga merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Sutisna (2001), "*Store Atmosphere* adalah penataan ruang dalam (*instore*) dan ruang luar (*outstore*) yang dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan". Oleh karena itu pemilihan *Store Atmosphere* yang tepat akan mempengaruhi konsumen merasa puas atau tidak. Menurut Lamb dkk (2001), *Store Atmosphere* merupakan kesan keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak toko, dekorasi, dan lingkungan sekitarnya. Berdasarkan penelitian yang telah saya lakukan di Yang *Coffee* dengan menyediakan *Store Atmosphere* yang baik merupakan salah satu strategi untuk mengejar kepuasan pelanggan. Berdasarkan observasi yang dilakukan di Yang *Coffee* didapat bahwa lahan parkir yang sempit, kurangnya pendingin ruangan dan layout yang kurang teratur sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah dan Jatmiko (2019) *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Dan juga penelitian yang di lakukan oleh Andreson dan Sin (2020) menyatakan bahwa *Store Atmosphere* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Wardhana (2021) yang menyatakan suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian lain yang

dilakukan oleh Dewa (2020) yang menyatakan bahwa *Store Atmosphere* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal serupa juga disampaikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Setyowati (2019) ditemukan hasil bahwa *Store Atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis sejauhmana kualitas pelayanan dan *Store Atmosphere* mempengaruhi kepuasan pelanggan Yang *Coffee* Singaraja. Hal tersebut menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yang *Coffee* Singaraja”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

1. Adanya fluktuasi positif pada penjualan Yang *Coffee* Singaraja dari tahun 2018-2021.
2. Adanya kesenjangan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak selalu berpengaruh dengan kualitas pelayanan dan *store atmosphere*.
3. Terdapat banyak variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
4. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam keberlanjutan usaha coffee shop

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas, maka permasalahan penelitian di batasi variabelnya. Oleh sebab itu membatasi

variabelnya dengan memfokuskan pada Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yang *Coffee* Singaraja.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas pelayanan dan *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Yang *Coffee* Singaraja?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Yang *Coffee* Singaraja?
3. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Yang *Coffee* Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Yang *Coffee* Singaraja
2. Untuk menguji pengaruh *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Yang *Coffee* Singaraja
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan *Store Atmosphere* pada Yang *Coffee* Singaraja

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

- Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Yang *Coffee* Singaraja

- Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat digunakan oleh pihak Yang *Coffee* Singaraja sebagai tambahan informasi dan pertimbangan atau masukan untuk menentukan kebijakan mengenai kualitas pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan.

