

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

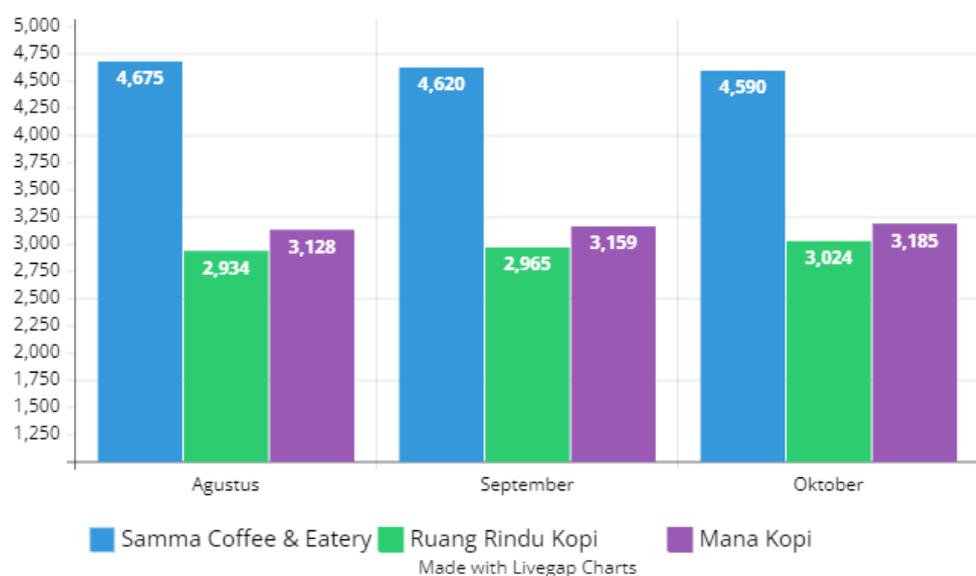
Bisnis merupakan suatu kegiatan yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang melaksanakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas bisnis tersebut. Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan individu atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis juga dapat didefinisikan sebagai penyedia barang dan jasa guna untuk kelancaran sistem perekonomian Wijoyo (2021). Bisnis kuliner dewasa ini menjadi bisnis yang sangat menjanjikan, ini terlihat dari waktu ke waktu usaha kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat. Oleh sebab itu, banyak pelaku usaha mengambil kesempatan untuk terjun ke dunia kuliner sehingga banyak terdapat restoran maupun cafe yang bermunculan salah satunya yaitu *Coffee shop*.

Coffee shop merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang dikelola secara komersial yang menawarkan kepada pelanggan minuman maupun makanan dengan pelayanan dalam suasana tidak formal tanpa diikuti suatu aturan *service* yang baku dengan jenis-jenis makanan yang bervariasi Metelka (1991). Selain itu menurut Yazid (1999) *coffee shop* merupakan industri retail yang sangat berkembang pesat saat ini, dimana *coffee shop* ini tidak hanya sebatas menawarkan produk, akan tetapi juga jasa pelayanan adalah *point* lebih yang ditawarkan oleh setiap *coffee shop* karena *coffee shop* diharuskan memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggan. Pada saat ini *coffee shop*

merupakan sesuatu yang tidak asing bagi masyarakat Indonesia. Pada kehidupan sosial saat ini, terutama masyarakat yang tinggal di kota-kota besar sebagian besar masyarakat menghabiskan waktu luang dan kegiatan di luar rumah, seperti pada *coffee shop*. Kehadiran *coffee shop* saat ini merupakan yang paling sesuai dengan gaya hidup dan *trend* masyarakat terutama dalam hal menikmati kopi, sebagian masyarakat lebih memilih *coffee shop* untuk menikmati kopi karena memiliki suasana yang nyaman dengan *desain* yang menarik, serta memiliki pilihan menu yang beragam dengan harga yang terjangkau dan berkualitas.

Kepuasan pelanggan adalah indikator penting pada kesuksesan sebuah usaha, pada saat ini kepuasan pelanggan menjadi sesuatu yang harus diperhatikan karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk membangun rasa puas pada pelanggan terutama pada bisnis retail seperti *coffee shop*. Apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka hal ini akan membawa keuntungan yang semakin besar bagi sebuah perusahaan, karena apabila pelanggan merasakan kepuasan, mereka tidak akan ragu untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan dan akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan dibandingkan mencari pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan lama yang telah pergi untuk jangka waktu yang panjang karena untuk menarik pelanggan baru tentu akan membutuhkan biaya. Salah satu perusahaan yang juga mengedepankan kepuasan pelanggan adalah *Samma Coffee And Eatery* Tabanan. Penulis melaksanakan penelitian pada *Samma Coffee And Eatery* Tabanan, yang beralamat di Jl. Rambutan No. 3A, Tabanan, Bali. Penulis memilih *Samma Coffee And Eatery* sebagai tempat penelitian karena *Samma Coffee And Eatery* memiliki tata ruang toko yang modern dan lebih luas dibandingkan *coffee shop* lainnya di

kota Tabanan. Selain itu, *Samma Coffee And Eatery* merupakan *coffee shop* yang memiliki menu yang paling lengkap dibandingkan kompetitornya, mereka menyediakan berbagai varian menu makanan dan minuman yang berbasis pada kopi maupun non kopi, sehingga *Samma Coffee And Eatery* sudah mendekati seperti *restaurant* jika dibandingkan dengan *coffee shop* lainnya. Sehingga *Samma Coffee And Eatery* merupakan *coffee shop* yang sedang ramai dikunjungi di kota Tabanan. *Samma Coffee And Eatery* Tabanan didirikan pada 3 Maret 2020. Di bawah ini merupakan data penjualan produk pada *Samma Coffee And Eatery* Tabanan:



Gambar 1.1

Jumlah Penjualan Produk *Samma Coffee and Eatery* Tabanan, *Ruang Rindu Kopi* Tabanan dan *Mana Kopi* Tabanan

Berdasarkan data Gambar 1.1 penjualan produk *Samma Coffee And Eatery* Tabanan mengalami penurunan, terlihat pada bulan Agustus penjualan produk *Samma Coffee And Eatery* Tabanan sebanyak 4675 item, kemudian pada bulan selanjutnya penjualan produk mengalami penurunan sebanyak 55 item dan pada

bulan berikutnya kembali mengalami penurunan sebanyak 30 item. Berbeda dengan dua kompetitor terdekatnya yaitu Ruang Rindu kopi dan Mana kopi Tabanan yang berdasarkan data di atas mengalami peningkatan dalam penjualan produknya. Dilihat dari permasalahan di atas, kecenderungan penurunan penjualan produk pada *Samma Coffee And Eatery* Tabanan disebabkan oleh tingkat kepuasan pelanggan dalam berbelanja. Oleh karena itu, harus diketahui apa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *Samma Coffee And Eatery* Tabanan.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2018) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi: kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi dari pelanggan. Dari semua faktor tersebut peneliti memfokuskan pada faktor kualitas pelayanan dan *store atmosphere* sebagai faktor situasi yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan kepada 10 pelanggan *Samma Coffee And Eatery* Di Kota Tabanan 6 dari 10 pelanggan menyatakan bahwa mereka memilih berkunjung ke *Samma Coffee And Eatery* karena memiliki suasana toko yang bagus dan nyaman serta dengan *design* toko yang menarik dan *futuristic*, dan 4 dari 10 pelanggan menyatakan bahwa mereka memilih berkunjung ke *Samma Coffee And Eatery* karena memiliki kualitas pelayanan yang baik.

Semakin baik kualitas pelayanan dan *store atmosphere* yang dilakukan kepada pelanggan secara bersamaan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Devina dan Bruno (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. terdapat pengaruh antara *store atmosphere* dan kepuasan

pelanggan, dan juga penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dkk (2022) juga mendapatkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi konsumen dalam hal kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan Lupiyoadi dan Hamdani (2006). Tjiptono (2000) menyatakan kualitas merupakan suatu keadaan dinamis yang berhubungan erat dengan produk, jasa dan sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas yang diharapkan. Jadi kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa nyaman bagi konsumen, sehingga dengan adanya rasa nyaman tersebut pelanggan akan bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Pembelian ulang umumnya mengindikasikan bahwa produk dalam suatu usaha tersebut memenuhi persyaratan dari pelanggan dan pelanggan bersedia membelinya kembali.

Samma Coffee and Eatery Tabanan harus meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan kepuasan pelanggan untuk tetap bertahan dan bersaing dengan kompetitornya. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator yang dapat menentukan suatu bisnis berhasil atau tidak. Apabila semakin banyak pelanggan yang merasa puas dengan produk suatu perusahaan maka akan semakin baik juga perkembangan dari perusahaan tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja

produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Park (2009) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi, akan timbul perasaan senang, puas, atau kecewa. Dari perasaan tersebut akan menjadi hasil penentu pelanggan puas atau tidak puas terhadap suatu produk. Apabila konsumen puas terhadap pelayanan yang ditawarkan, maka kemungkinan konsumen melakukan kunjungan kembali akan semakin besar. Namun apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan buruk dan mengecewakan maka konsumen akan enggan untuk datang kembali. Kualitas pelayanan menjadi sebuah keharusan bagi perusahaan agar dapat bertahan dan selalu mendapatkan kepercayaan pelanggan. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat penting pada sebuah usaha ritel seperti *coffee shop*.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cakra dkk (2021). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal serupa juga didapat dari penelitian yang dilaksanakan oleh James dkk (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal yang sama juga diperoleh oleh Sari (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian yang dilakukan oleh Miswanto dan Angelia (2017) pada toko souvenir di Yogyakarta menunjukkan dalam pengujian indikator kualitas pelayanan, yaitu keandalan, jaminan, empati dan kesigapan karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, variabel *store atmosphere* juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Foster (2008) *store atmosphere* adalah suatu kombinasi atau gabungan dari pesan secara fisik yang telah direncanakan sebagai perubahan terhadap perancangan lingkungan pembelian yang menghasilkan pengaruh emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian. Astuti et al. (2017) menyatakan *store atmosphere* adalah salah satu *marketing mix* dalam gerai yang berperan penting dalam memikat pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang ingin dimiliki baik untuk keperluan pribadi, maupun untuk keperluan rumah tangga. *Store atmosphere* merupakan suatu kombinasi untuk membentuk *desain* dan atribut toko baik itu secara fisik maupun emosional contohnya seperti tata letak, warna, pencahayaan, arsitektur dan lain sebagainya sehingga diharapkan dapat menciptakan daya tarik dan menciptakan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Coffee shop harus merencanakan bagaimana suasana tokonya agar pelanggan tertarik dan nyaman saat berbelanja sehingga tercipta kepuasan pada pelanggan, selain menilai produk atau jasa yang ditawarkan pelanggan juga menilai bagaimana suasana toko yang diciptakan. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Miswanto, Angelia (2017) yang menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Priyo dan Ali (2020) juga mendapatkan hasil yang sama bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, menyediakan *store*

atmosphere yang baik dan menarik merupakan salah satu strategi untuk mencapai kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilaksanakan oleh Cakra dkk (2021) yang menyatakan *Store Atmosphere* merupakan variabel yang mempengaruhi langsung variabel kepuasan konsumen. Hal serupa juga diperoleh dalam penelitian yang dilaksanakan oleh James dkk (2021) yang menyatakan *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun penelitian yang dilakukan oleh Dewa (2020) menyatakan bahwa *Store Atmosphere* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka akan dilakukan penelitian oleh penulis untuk menguji seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan. Hal ini menjadi latar belakang dalam melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Adanya penurunan penjualan pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan dari bulan Agustus sampai dengan Oktober.
2. Terdapat kesenjangan dengan penelitian terdahulu seperti yang telah dijelaskan di atas.

3. Kepuasan pelanggan adalah indikator penting dalam keberlangsungan usaha *coffee shop*.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian yang dilaksanakan lebih terfokus dan tidak meluas. Maka dari itu, permasalahan penelitian dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi variabelnya dengan memfokuskan pada Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka didapat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka didapat tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan.
3. Untuk menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membantu dan menambah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang bisnis retail melalui manajemen pemasaran terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *Samma Coffee and Eatery* Tabanan.

2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membantu dan menambah ilmu pengetahuan yang nantinya dapat digunakan oleh pihak *Samma Coffee and Eatery* Tabanan sebagai tambahan referensi dan informasi untuk menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang akan diambil terkait dengan kualitas pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan.