

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Kegiatan berkumpul bersama teman-teman atau yang lebih sering dikenal dengan istilah nongkrong sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia saat ini. Kebiasaan tersebut sulit untuk dihindari karena sudah menjadi budaya dikalangan masyarakat. Nongkrong dalam hal ini dilakukan oleh sekumpulan anak muda maupun tua hanya sekedar untuk duduk santai, bersenda gurau, curhat, bermain *games*, atau untuk mengisi waktu luang mereka. Sebelumnya, kebiasaannongkrong biasanya dilakukan di warung-warung kecil yang lebih sederhana. Seiring berkembangnya jaman, kebiasaan saat ini pun mulai dilakukan di cafe- cafe maupun rumah makan. Adanya perubahan lokasi tempat nongkrong tersebut menjadi peluang dalam membuka usaha, sehingga banyak pembisnis memanfaatkan kesempatan ini dengan membuka usaha cafe.

Dewasa ini, merebaknya cafe dapat dilihat dari banyaknya cafe-cafe yang bisa kita temui di kota-kota seluruh Indonesia. Maraknya cafe tersebut dilengkapi dengan berbagai macam konsep, seperti beragam jenis musik, terjangkaunya harga, serta sajian menu dengan nuansa tradisional hingga modern seakan menjadidaya tarik tersendiri. Selain itu, dengan berubahnya gaya hidup masyarakat dapat meningkatkan pertumbuhan industri cafe. Tingginya antusias masyarakat terhadap

keberadaan cafe, secara tidak langsung menunjukkan minat pasar terhadap keberadaan cafe semakin tinggi.

Salah satunya adalah fenomena menjamurnya cafe di kota Singaraja. Di Singaraja sendiri eksistensi cafe mulai diperhitungkan bagi anak-anak muda. Terdapat beberapa jenis cafe yang ada di kota Singaraja seperti, Danke Cafe, Kopi Bankit, Warung Bule, Mailaku Oemah Nongkrong, dan Soan Cafe, Yang Coffee. Danke Cafe merupakan satu diantara nama cafe diatas yang tengah naik daun di kota Singaraja. Danke Cafe didirikan oleh Ngurah Bagus Jayantha sejak tahun 2019, yang berlokasi di Jl. Udayana, Singaraja, Bali. Danke Cafe menyajikan beragam varian menu, mulai dari makanan pembuka hingga makanan penutup. Selain itu, Danke Cafe juga menyajikan berbagai jenis minuman seperti teh, jus, maupun kopi. Berikut adalah laporan tingkat penjualan produk Danke Cafe Singaraja yang dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Tingkat Penjualan Produk Pada Cafe Di Daerah Singaraja
Pada Bulan Juni-Agustus 2020

No	Nama Cafe	Tingkat Penjualan Produk (Unit)		
		Juni	Juli	Agustus
1.	Danke Cafe	3.909	4.917	5.320
2.	Soan Cafe	3.560	2.730	3.265
3.	Yang Coffee	2.810	2.670	3.115

Sumber: Danke Cafe Singaraja.

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat penjualan produk di Danke Cafe mengalami peningkatan dari bulan juni sampai dengan bulan juli 2020 sebesar 1.25%, kemudian meningkat dari bulan juli sampai dengan agustus 2020 sebesar 1.08%. Sedangkan tingkat penjualan produk di Soan Cafe dan Yang Coffee mengalami fluktuasi. Tingginya tingkat penjualan produk di Danke Cafe

disebabkan oleh kepuasan pelanggan tinggi. Seiring dengan meningkatnya tingkat penjualan produk, Danke Cafe juga harus tetap menjaga kualitas pelayanan agar pelanggan tetap merasa puas. Puas atau tidaknya pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Danke Cafe dapat dilihat dari banyaknya jumlah komplain yang di sampaikan oleh pelanggan. Berikut tabel jumlah komplain yang dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2
Jumlah Komplain Pelanggan Danke Cafe
Periode 2019-2020

No	Jenis Komplain Pelanggan Danke Cafe Periode 2019-2020	Frekuensi
1.	Pelanggan menunggu sangat lama karena proses penyajian makanan datangnya terlalu lama.	5
2.	Pelayanan yang diberikan kurang tertib dalam melayani pelanggan.	3

Sumber: Danke Cafe Singaraja

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa dalam waktu 1 tahun Danke Cafe hanya mendapat 2 jenis komplain sebanyak 8 orang. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Danke Cafe sudah sangat baik, sehingga sebagian besar pelanggan sudah merasa puas . Disamping itu, pelanggan yang sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Danke Cafe kemungkinan besar mereka akan menceritakan atau merekomendasikannya kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan mencakup upaya-upaya dalam memenuhi kebutuhan Konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi apakah pengalaman yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan (Tjiptono, 2017). Apabila harapan pelanggan dapat terpenuhi atau terlampaui, maka pelanggan akan merasa

sangat puas (Irawan, 2002). Ketika pelanggan sudah merasa puas maka mereka akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan informasi yang baik serta merekomendasikannya kepada orang lain (Yoon dan Uysal, 2005).

Tingkat kepuasan yang tinggi dapat dihasilkan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga mampu membuat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan merupakan sebuah ukuran yang digunakan oleh pelanggan untuk membandingkan pelayanan yang diterima ataupun yang diinginkan (Gunartik dan Nainggolan, 2019:29). Untuk menilai baik atau buruknya kualitas layanan yang diberikan, dapat dilihat dari seberapa bagus tingkat kualitas layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2017;142). Apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan karena kualitas pelayanan merupakan titiksentral bagi perusahaan karena mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan (Aria dan Atik, 2018:16). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Navaratnaseel dan Periyathampy (2016) mengatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dimana kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting untuk mempertahankan pelanggan, hal tersebut sesuai dengan penelitian Jamaluddin, dkk (2019) mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Thyophoida dan Natanael (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dan juga simultan antara kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut berbeda dari hasil penelitian Panjaitan dan Yuliati

(2016) mengemukakan bahwa ternyata hanya dimensi empati saja yang terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan pada dimensi bukti fisik, reliabilitas, jaminan, dan tanggapan tidak terbukti pengaruhnya.

Disamping kualitas pelayanan, variabel nilai pelanggan juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai rasio antara apa yang didapatkan oleh konsumen dengan apa yang telah diberikan oleh konsumen (Priansa, 2017). Hal tersebut sesuai dengan penelitian Abdullatif (2016) mengatakan ada pengaruh antara nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Seminari (2015) bahwa terdapat pengaruh positif antara nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Merujuk pada penelitian Navaratnaseel dan Periyathampy (2016), Thyophoida dan Natanael (2016), Panjaitan dan Yuliati (2016), Pratiwi dan Seminari (2015) perlu dilakukan pengujian kembali mengenai ketiga variabel tersebut yaitu kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada Danke Cafe Singaraja sebagai berikut:

- (1) Terjadinya persaingan yang sangat kompetitif antar usaha cafe di Singaraja sehingga pihak Danke Cafe harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dan menambah nilai yang diterima pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- (2) Terjadinya peningkatan penjualan produk pada Danke Cafe dari bulan juni sampai dengan agustus 2020.

- (3) Rendahnya tingkat komplain dari pelanggan, sehingga dapat dikatakan sebagian besar pelanggan telah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Danke Cafe.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada Danke Cafe maka peneliti hanya menulis variabel Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan sebagai variabel bebas, kemudian kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- (1) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja.
- (2) Apakah terdapat pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja.
- (3) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja.
- (4) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja melalui nilai pelanggan.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja.
- (2) Menguji pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja.
- (3) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja.
- (4) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

(1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya dalam hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

(2) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat digunakan oleh pihak Danke Cafe sebagai tambahan informasi dan pertimbangan atau masukan untuk menentukan kebijakan mengenai kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.