

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha coffee shop atau kedai kopi merupakan salah satu usaha yang sedang banyak diminati oleh pelaku usaha di Surabaya. Hal ini ditandai dengan menjamurnya coffee shop di seluruh sudut kota Surabaya. Banyaknya coffee shop yang bermunculan mengakibatkan para pemilik usaha berupaya untuk memenangkan persaingan. Oleh sebab itu, pengusaha coffee shop dituntut untuk memiliki kreativitas dalam menciptakan produk rasa minuman yang dijual, sehingga membedakan dengan produk minuman hasil jualan coffee shop lainnya dan dapat bertahan dalam persaingan.

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha agar dapat bertahan, maka penting untuk diperhatikan orientasi pada pelanggan, yaitu menyangkut apa yang harus dilakukan perusahaan untuk dapat menemukan pelanggannya. Strategi ini lebih memfokuskan kebutuhan pelanggan guna menciptakan kepuasan pada diri pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan permasalahan penting bagi penjual produk. Sebab, melalui pelanggan yang merasa puas terhadap produk yang dibelinya akan berperilaku positif bagi perusahaan, antara lain menjadi loyal, melakukan pembelian ulang, serta menyebarkan ke orang lain dari mulut ke mulut (Nurdiansyah dan Matadji, 2016).

Penelitian tentang kepuasan pelanggan pernah dilakukan oleh Nindiani, Mohammad, dan Humiras (2018) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan penting untuk meningkatkan produk dan layanan yang berfokus pada pelanggan. Suara pelanggan dapat menjadi masukan berharga bagi manajemen dalam memetakan area mana yang harus diprioritaskan. Penting bagi perusahaan untuk memperhatikan dan memahami yang diperlukan pelanggan. Pada kenyataannya, tidak semua coffee shop atau kedai kopi memperhatikan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat terjadi karena rasa kopi kurang bervariasi, layanan yang baik, atau keadaan lingkungan yang membuat konsumen kurang nyaman.

Berdasarkan pada hasil pengamatan peneliti di beberapa coffee shop yang ada di Surabaya melalui penyebaran kuesioner dengan hasil diperoleh jawaban 15 pengunjung coffee shop menyatakan kurang puas pada coffee shop yang sepi pengunjung dan 15 pengunjung menyatakan puas pada coffee shop yang ramai pengunjung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak semua coffee shop mampu memberi kepuasan kepada pelanggan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), dampak bagi perusahaan dapat

memuaskan pelanggan membuat perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Sebaliknya, bagi perusahaan yang kurang mampu memberikan kepuasan pada pelanggan memungkinkan pelanggan meninggalkan dan membuat perusahaan gulung tikar. Jadi, dapat dipahami bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam dunia bisnis.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Saputri (2018) bahwa kepuasan adalah tanggapan pelanggan guna memenuhi kebutuhannya. Kepuasan adalah pemberian nilai keistimewaan produk. Kepuasan pelanggan dipengaruhi banyak faktor, satu di antaranya yaitu kualitas produk. Suatu produk berkualitas apabila dapat membahagiakan pelanggan melalui keunggulan- keunggulan produk. Faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam penyampaian produk. Kualitas yang dimiliki oleh pelayan dalam pelayanan yang terbaik yang diberikan karyawan kepada pelanggan, sehingga membuat pelanggan merasa puas (Tjiptono, 2012), pelanggan merasa puas terhadap pelayanan, otomatis pelanggan akan setia terhadap produk yang dibeli.

Penelitian ini dilakukan di cafe yang ada di Surabaya. Menurut Kristiana dan Edwar (2017) jenis cafe dilihat dari harga dikategorikan menjadi cafe tingkat rendah, cafe tingkat sedang, dan cafe tingkat tinggi. Sesuai dengan pendapat tersebut, lokasi dalam penelitian ini dipilih ketiga jenis café tersebut. Alasannya, berdasarkan pendapat Ranitaswari, dkk., (2018) bahwa kepuasan pelanggan dapat terjadi pada harga kopi mahal atau murah, karena harga kopi mahal belum tentu sesuai yang diharapkan pelanggan ada faktor lain misalnya lokasi kurang nyaman atau pelayanan kurang optimal.

Adanya permasalahan pada konsumen yang membeli kopi di cafe Surabaya. Hal tersebut dapat terjadi dipengaruhi banyak faktor, empat di antaranya yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini dipilih judul "***Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Kalodhangan Kebon Sari Surabaya***".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan?
5. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan permasalahan, maka penelitian ini mempunyai 5 tujuan, sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan.
2. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan.
3. Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan.
4. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan.
5. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada cafe kalodhangan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun 2 manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Praktis

Sebagai informasi bagi Cafe Kalodhangan mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen sehingga pebisnis dapat mengembangkan strategi bisnisnya dengan lebih baik.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah bukti empiris mengenai pentingnya kepuasan konsumen yang di dalamnya menyangkut kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kalodhangan.

(Sengaja dikosongkan)