

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat terutama *coffee shop* yang mudah ditemukan. Banyaknya *coffee shop* di Indonesia menjadikan persaingan semakin ketat, yang dalam hal ini secara tidak langsung menuntut *owner* untuk menciptakan ciri khas atau perbedaan dengan *coffee shop* yang lain. Selain itu juga dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan, sehingga dapat menciptakan kepuasan hingga mendapatkan nilai positif dari pelanggan.

Peminat *coffee shop* sangat banyak yakni dari remaja hingga orang tua, dengan adanya beberapa alasan seperti *coffee shop* memiliki tempat yang nyaman serta keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Demikian juga di Kota Madiun, kota yang merupakan perbatasan antar Provinsi Jawa Timur dan Jawa Tengah yang menjadi kota transit, juga banyak bermunculan *coffee shop*. Banyak *coffee shop* yang menarik di Kota Madiun dimana ada beberapa *coffee shop* yang menawarkan suasana klasik, suasana alam, dan bernuansa etnis tionghoa. Salah satu *coffee shop* menawarkan nuansa etnis tionghoa di Kota Madiun yang ramai menjadi bahan pembicaraan yaitu Toko Kopi Dumai. Penelitian dilakukan pada Toko Kopi Dumai Madiun karena *coffee shop* ini salah satu tempat yang terkenal di daerah Kota Madiun yang berlokasi di Jl. Catur Jaya No.80A, Kanigoro, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun. Toko Kopi Dumai berdiri pada 18 April 2023. Alasan peneliti menggunakan objek penelitian ini karena Toko Kopi Dumai memiliki keunikan yaitu menawarkan suasana *cafe* yang memiliki ciri khas seperti desain ruangan bernuansa etnis tionghoa dapat kita buktikan dengan melihat *interior* yang berwarna hijau dipercaya oleh etnis tionghoa dapat membawa kedamaian dan kehidupan, menu yang ditawarkan ialah menu yang sering dikonsumsi oleh etnis tionghoa saat makan maupun minum dengan ciri khas rasa yang asin dan manis. Selain itu, beberapa sisi tembok sengaja ditempelkan majalah china, dan ada

salah satu *furniture* yang benar-benar bernuansa etnis tiongha yaitu ada kucing maneki-neko yang melambangkan keberuntungan.

Bagi setiap bisnis kepuasan pelanggan ialah hal penting dalam bisnis yang dijalankan, sebab jika seorang pelanggan merasa puas maka besar kemungkinan pelanggan untuk kembali lagi ke tempat yang pernah pelanggan kunjungi dan membeli produk secara berulang. *Coffee shop* menjadi tempat alternatif bagi pelajar, mahasiswa, orang yang bekerja dan berkeluarga karena *coffee shop* menjadi salah satu tempat yang nyaman saat mengerjakan tugas, rapat, bahkan berkumpul dengan kerabat sehingga dapat diartikan *coffee shop* ialah tempat favorit banyak orang. Beberapa *coffee shop* di Kota Madiun menawarkan suasana *cafe* yang menarik mulai dari desain ruangan, pemandangan yang klasik, fasilitas yang lengkap, bahkan pelayanan yang terbaik hal ini diberikan oleh pihak *coffee shop* supaya pelanggan merasa puas dan betah menghabiskan waktu luangnya di *coffee shop*.

Kepuasan pelanggan adalah penilaian mengenai ekspektasi dan keinginan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan dapat menjadi tolak ukur suatu bisnis dalam berhasil atau tidaknya bisnis tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan keadaan senang atau kecewa seseorang karena hasil yang didapatkan sesuai dengan ekspektasinya (Kotler dan Keller, 2016:153). Menurut Kotler dan Armstrong (2012:9) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang pelanggan yang timbul dengan membandingkan hasil kinerja karyawan terhadap ekspektasi pelanggan. Artinya pemilik bisnis harus memperhatikan apa saja yang dibutuhkan pelanggan ketika mengunjungi tempat bisnis yang didirikan hingga terciptanya rasa puas yang membuat pelanggan merasa senang dan nyaman ketika membeli produk atau jasa yang ditawarkan, hal ini dapat dilakukan dengan cara menciptakan suasana *cafe* yang menarik, rapi, tenang, ramah, dan bersih.

Faktor pertama yang menjadi kepuasan pelanggan yakni memperhatikan kualitas layanan suatu bisnis. Kualitas layanan merupakan suatu tindakan yang diberikan oleh seorang *owner* serta karyawannya kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (2016:180) kualitas layanan merupakan sebuah ukuran tingkat pelayanan

yang diberikan karyawan kepada pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jika layanan yang didapatkan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan maka akan menimbulkan rasa puas pada pelanggan tersebut. Suatu bisnis yang berhasil memenuhi kebutuhan pelanggannya besar kemungkinan mendapatkan reputasi yang positif dari pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putra dan Seminari (2020); Ayu dan Saragih (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *store atmosphere*. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:384) *store atmosphere* ialah bagian penting penjualan dari suatu produk, oleh sebab itu pemilik bisnis harus tepat merancang suasana supaya pelanggan yang datang yakin bahwa *coffee shop* atau tempat bisnis yang kita jalankan memiliki ciri khas dan value yang tidak kalah dengan bisnis lain. Dengan memperhatikan *store atmosphere* dapat memberikan kesan tersendiri bagi pelanggan dimana pelanggan tersebut akan merasa senang, nyaman, dan puas sehingga pelanggan tidak ingin meninggalkan tempat tersebut bahkan pelanggan akan datang kembali untuk membeli produk atau jasa pada tempat yang sama. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriani dan Fadili (2021); Arifin dan Cahyana (2022) yang menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa hal tersebut akhirnya menimbulkan ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian di Toko Kopi Dumai. Berdasarkan fenomena tersebut maka, peneliti mempunyai ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kopi Dumai Madiun.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas rumusan masalahnya ialah:

- a. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kopi Dumai Madiun?

- b. Apakah *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kopi Dumai Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis pengaruh signifikansi positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kopi Dumai Madiun.
- b. Menganalisis pengaruh signifikansi positif *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kopi Dumai Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan bagi pembaca, serta dapat digunakan sebagai referensi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas layanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan dan saran bagi perusahaan agar dapat mempertahankan kualitas layanan dan *store atmosphere* yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan serta dapat menjadi tempat untuk melaksanakan teori yang didapatkan dan dituangkan pada kenyataan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang meliputi pengertian kualitas layanan, *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta model penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan desain penelitian, identifikasi, definisi operasional, pengukuran variable, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik penyampelan, serta teknik analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 : KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan, dan saran-saran yang digunakan dan diperhatikan dalam perbaikan yang ditunjukkan kepada peneliti selanjutnya.