

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Melihat perubahan gaya hidup anak muda saat ini yang sering pergi berkumpul bersama teman-temannya untuk menikmati kuliner diluar rumah khususnya di kota besar seperti Surabaya, ini menjadi peluang bagi bisnis kuliner untuk mengikutinya. Tempat yang kekinian dengan arsitektur yang unik sangat digandrungi oleh anak muda saat ini, hal ini berbeda dengan kebiasaan anak muda jaman dulu yang lebih sering makan di rumah bersama keluarganya. Salah satu tempat yang digandrungi oleh anak muda saat ini yaitu kafe, oleh karena itu banyak kafe baru yang didirikan.

Kafe dituntut terus berinovasi, agar dapat mengikuti gaya hidup anak muda masa kini, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Setiap kafe berlomba-lomba untuk memperlihatkan keunggulan produknya, keunggulan pelayanan, dengan harga yang terjangkau, sehingga daya saing bisnis kafe tersebut sangat ketat. Berdasarkan pernyataan dari ketua Asosiasi Pengusaha kafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO) Jatim, Tjahjono Haryono, jumlah pengusaha baru di sektor *food and beverage* ini terus bertambah, khususnya di Surabaya dan Malang, angka pertumbuhannya diatas 12% rata-rata setiap tahunnya (<http://kabar24.bisnis.com>). Sejak 2016 tercatat ada 150 *brand* yang berada lebih di 200 lokasi bergabung dibawah payung APKRINDO (www.pressreader.com).

Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa usaha kafe memiliki peluang yang sangat besar, melihat trend anak muda sekarang yang menyukai kopi dan berkumpul bersama teman-temannya yang sudah menjadi gaya hidup masa kini. Akan tetapi kebiasaan anak muda yang mudah bosan dengan nuansa lokal akhirnya ingin mencoba nuansa baru yaitu salah satunya nuansa Barat.

Salah satu kafe di Surabaya yang menghadirkan nuansa khas Barat (dari segi citarasa makanan maupun suasana) adalah kafe Caturra Espresso. Kafe

Caturra Espresso didirikan oleh lulusan dari Australia dan Amerika dan sudah berdiri sejak pertengahan Juni tahun 2015 dan masih satu grup dengan Monopole, Caturra Espresso membawa nuansa Barat ke Surabaya, hal ini yang membuat para konsumen lupa jika dirinya sedang ada di Surabaya. Tidak hanya membawa nuansa saja tetapi rasa dari makanan dan minuman yang disajikan juga bernuansa Barat. Caturra Espresso adalah kafe dengan kopi yang luar biasa, karena Caturra menyajikan kopi yang dipasok oleh *roaster* Michael Utama dari Kopiku Indonesia. Dengan resep dari kepala Chef lulusan Australia, Caturra membawa kuliner dengan ciri khas Barat. Caturra Espresso terletak di jalan Anjasmoro No.32, Sawahan, Surabaya dengan jam operasional mulai dari Pk.10.00-22.00, Setelah dikatakan berhasil dalam bisnisnya, Caturra Espresso membuka cabang baru yang berlokasi di daerah Surabaya Barat, yaitu di Jalan Raya Kupang Indah No.9, Dukuh Kupang, Surabaya. Caturra memiliki *image* yang positif di mata masyarakat Surabaya, hal ini dibuktikan dengan banyaknya ulasan yang positif pada situs Caturra, dan memiliki *rating* bintang 4-5 (<http://www.caturraespresso.com/>).

Caturra Espresso memiliki tempat yang *Instagramable* atau tempat yang nyaman bagi para pelanggannya untuk menikmati makanan dan minuman. Selain itu pelanggan juga disediakan *spot* foto yang *trendy* dan kekinian sehingga menjadi nilai tambah. Kafe Caturra Espresso juga memiliki tata ruang yang estetik, sehingga para konsumen merasa nyaman untuk berada disana. Interior *instagenic* bergaya urban didesain oleh Tyo Tanaka yang merupakan salah seorang desainer terkemuka. Dengan warna putih yang mendominasi seluruh bagian dinding, terdapat satu logo Caturra Espresso berwarna hitam dan satu poster *Flavor Wheel*, selebihnya hampir semua dibiarkan polos. Setiap dua bulan sekali Caturra, menyelenggarakan pertunjukan band dengan genre *jazz* (Toniwahid, 2015).

Dengan semakin banyaknya persaingan kafe, maka sebuah kafe perlu memahami pentingnya kualitas produk, kualitas layanan, dan keadilan harga, agar dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggannya. Kualitas produk dalam hal ini, kualitas makanan dan minuman menjadi bagian penting untuk

menghadapi persaingan bisnis kafe yang ketat. Kualitas produk merupakan senjata yang strategis untuk mengungguli para pesaing. Dengan memberikan kualitas makanan dan minuman yang baik kepada konsumen, maka konsumen akan merasa puas, karena kafe mampu mewujudkan ekspektasi dari konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2005:49) kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk pada kafe adalah kualitas makanan dan minuman. Kualitas makanan (*food quality*) adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, yaitu: ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa (Potter dan Hotchkiss, 1995; dalam Fiani dan Japarianto, 2012).

Dengan memberikan kualitas produk yang baik, maka akan dapat meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan konsumen menjadi bagian penting yang akan menentukan keberhasilan dalam bersaing. Jika kualitas produk yang diberikan itu sangat baik dan memenuhi ekspektasi konsumen, maka konsumen tersebut akan lebih memilih produk perusahaan tersebut dibandingkan produk pesaing. Penelitian Budiman dkk. (2013), membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Starbuck Surabaya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2005:70). Kepuasan konsumen menjadi nilai kunci pada keberhasilan sebuah perusahaan, karena dari kepuasan konsumen akan mendorong meningkatnya *profit* dan membuat konsumen membeli produk yang sama maupun produk lain yang dijual oleh perusahaan (loyalitas pelanggan). Kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan tiga indikator, yaitu *attributes related to product*, *attributes related to service*, *attributes related to purchase* (Dutka, 2008, dalam Logiawan dan Subagio, 2014).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal (Aryani

2010; dalam Hanif, dkk. 2016). Penelitian Putro dkk. (2014), membuktikan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen restoran Happy Garden di Surabaya.

Kesetiaan pelanggan adalah kemauan pelanggan untuk terus berlangganan dalam jangka waktu yang panjang serta merekomendasikan produk perusahaan kepada teman maupun kerabat, kesetiaan pelanggan juga mencakup perilaku dan minat dimasa mendatang (Lovelock dan Wirtz, 2011:316). Maka dari itu, seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Loyalitas pelanggan dapat diukur menggunakan 4 indikator, yaitu kesetiaan dalam sikap, toleransi untuk harga, pembelian yang berkelanjutan, perilaku rekomendasi (Chaudhuri dan Holbrook, 2001 dalam Zena dan Hadisumarto, 2012).

Selain kualitas produk, kualitas layanan juga dapat mempengaruhi kepuasan dari seorang konsumen, oleh karena itu perusahaan harus bisa memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Kualitas layanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang yang tertanam dibenak pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan kepada perusahaan (Lovelock dan Wirtz, 2011:601). Pelanggan akan merasa puas dan akan terus teringat pada perusahaan jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi atau bahkan melebihi espektasi mereka. Dengan memberikan kualitas layanan yang baik kepada konsumen, maka konsumen akan merasa puas terhadap perusahaan kita dan dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen, sebaliknya kualitas layanan yang buruk akan menurunkan kepuasan konsumen (Gulla dkk., 2015). Penelitian Budiman, dkk. (2013) membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Starbuck di Surabaya. Kualitas layanan dapat diukur menggunakan lima indikator, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles* (Zeithaml dan Bitner, 2003:93).

Selain kualitas produk dan kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, keadilan harga juga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Keadilan harga adalah perasaan wajar yang dirasakan oleh pelanggan setelah membandingkan antara apa yang telah diberikan (pengorbanan/biaya)

dengan apa yang diperoleh (penggunaan dan kinerja produk) (Bolton dan Lemon 1999). Harga suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi tingkat kepuasan di antara pelanggan, karena setiap kali mereka menilai nilai yang diberikan dari produk atau layanan yang dibeli, mereka cenderung mempertimbangkan harganya. (Anderson, dkk., 1994; dalam Hanaysha, 2016). Penelitian Liang dan Zhang (2009), membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara keadilan harga dengan kepuasan di kantin Norwegian *Schools of Business Administration and Economics*. Keadilan harga dapat diukur menggunakan tiga indikator, yaitu harga pada masa lalu, harga yang ditetapkan oleh pesaing, harga yang dibebankan oleh perusahaan (Ruiz dkk, 2008; dalam Marina dkk, 2016).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan Bei dan Chiao (2001) dengan judul *An Integrated Model for the Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness On Consumer Satisfaction and Loyalty* dan Hanaysha (2016) dengan judul *Testing the Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry*. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan keadilan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan kafe Caturra Espresso di Surabaya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada kafe Caturra Espresso di Surabaya?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada kafe Caturra Espresso di Surabaya?
3. Apakah Keadilan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada kafe Caturra Espresso di Surabaya?
4. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada kafe Caturra Espresso di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Pengaruh Keadilan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Memberikan masukan untuk aplikasi teoritis yang berguna dengan mengembangkan kajian mengenai variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keadilan Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan, serta berguna sebagai masukan untuk peneliti selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Memberikan masukan pada manajemen Caturra Espresso, agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan melalui Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keadilan Harga, dalam menghadapi ketatnya persaingan antar kafe.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematika sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

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

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang terdiri dari kualitas produk, kualitas layanan, keadilan harga, kepuasan pelanggan, loyalitas

pelanggan, pengaruh antar variabel, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model penelitian.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, serta teknik analisis data.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Sebagai langkah akhir dalam penulisan skripsi, bab ini berisi tentang simpulan yang didapatkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, keterbatasan dalam penelitian, serta saran yang dapat bermanfaat bagi kafe Caturra Espresso Surabaya dan berguna bagi penelitian mendatang.