

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Padang merupakan salah satu tempat pariwisata yang terkenal, mulai dari wisata alam, wisata sejarah sampai wisata kuliner. Kota Padang selalu menghadirkan tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi, dengan pantai dan pemandangan alam yang sangat indah. Kota Padang saat ini mengalami suatu fenomena perkembangan kafe yang cukup meningkat. Kafe yang berada di Kota Padang juga sangat menarik untuk dikunjungi serta untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, teman-teman maupun pasangan. Perkembangan industri kafe di bidang kopi semakin pesat pada saat ini dan telah membawa dampak baru kedalam gaya hidup masyarakat. Selain sebagai penikmat kopi banyak masyarakat yang cenderung menghabiskan waktunya di kafe baik dari golongan anak muda untuk mengerjakan tugas, berkumpul bersama teman-teman, menikmati makanan, minuman dan suasana di kafe tersebut untuk bersantai, sampai orang dewasa juga ingin menikmati waktu bersama keluarga bahkan digunakan untuk melaksanakan pekerjaan.

Banyaknya kafe di Kota Padang memicu adanya persaingan, salah satunya adalah kafe Bacarito Kopi. Bacarito Kopi pertama kali berdiri kota padang pada september 2018 yang beralamt di Jl. Nipah No. 3C Berok Nipah, Kec. Padang barat, Kota Padang, Sumatera Barat. Hal ini menjadi tantangan bagi Bacarito Kopi untuk memenangkan persaingan dalam menjaga serta menarik pelanggan baru. Seiring dengan pertumbuhan industri akan menyebabkan semakin meningkat munculnya kompetitor yang menyebabkan persaingan semakin kompetitif. Kondisi tersebut menuntut setiap bisnis termasuk Bacarito Kopi untuk dapat menentukan strategi yang tepat, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar jauh lebih baik dari pesaing dan menyediakan store atmosphere yang nyaman agar kepuasan konsumen di Kafe Bacarito Kopi bisa menjadi semakin tinggi. Menurut Tjiptono, (2008:225) *Positioning* adalah suatu cara produk atau merek untuk merancang pencitraan suatu perusahaan dalam meraih tempat khusus dan unik dalam presepsi konsumen sehingga produk yang ditawarkan lebih unggul dibandingkan pesaing. Positioning merupakan hal yang

penting dalam sebuah produk atau merek dalam perusahaan, karena konsumen yang akan membedakan bagaimana sebuah produk yang diberikan perusahaan dengan produk pesaing.

Bacarito Kopi adalah sebuah kafe dengan suasana nyaman dan santai dekat dengan pantai . Bacarito Kopi menyajikan menu coffee dan non coffee, makanan dan hidangan klasik lainnya. Untuk desain interior dan eksterior yang terdapat di cafe ini dibuat dengan sangat unik dan menarik sehingga konsumen akan merasa nyaman saat berada di kafe tersebut. Bacarito Kopi memiliki beberapa fasilitas yang dapat menunjang daya tarik pelanggan, yaitu free wifi, private room, smoking area, no smoking area, indoor, outdoor dan terdapat banyak spot foto di cafe tersebut. Dengan adanya manfaat yang diberikan seperti rasa nyaman dan fasilitas yang disediakan menyebabkan timbulnya kepuasan bagi pelanggan. Segmen pasar pada kafe ini bukan mencari pelanggan yang membeli kopi saja tetapi juga untuk konsumen yang ingin datang bersantai . Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang harus dipertahankan oleh kafe Bacarito Kopi dalam menjalankan bisnisnya.

Berikut data penjualan berbagai jenis kopi di Bacarito Kopi seperti tampak pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Penjualan Bacarito Kopi
Periode 2019 s/d 2021

No	Tahun	Penjualan	Perkembangan %
1.	2019	2.751.370.000	-
2.	2020	1.859.000.000	0,32%
3.	2021	1.580.780.000	0,18%

Sumber : Bacarito Kopi (2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan kopi pada Bacarito Kopi mengalami penurunan setiap tahunnya, karena kurangnya wawasan pelayanan mengenai produk knowledge dari produk yang dijual sehingga rasa kopi berubah-ubah, padahal mesin yang digunakan dalam mengolah kopi tersebut sudah canggih. Dengan rasa minuman yang disajikan berubah-ubah dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan saat sudah melakukan pembelian produk karena rasa minuman yang disajikan tidak sesuai dengan harapan

konsumen. Bacarito Kopi merupakan salah satu kafe yang menghadapi persaingan pada bisnis kafe saat ini, semakin banyak persaingan antar coffee shop, berakibat kepada penjualan Bacarito Kopi yang mengalami penurunan. Menurunnya tingkat penjualan dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya tingkat kepuasan pelanggan yang masih belum terpenuhi. Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan.

Konsumen tidak akan berhenti sampai proses penerimaan pelayanan, tetapi konsumen akan mengevaluasi pelayanan yang diterima. Hasil dari proses evaluasi tersebut akan menghasilkan perasaan puas atau tidak puas. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas, terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan. (Tjiptono, 2014).

Permasalahan yang terjadi adalah menurunnya tingkat penjualan produk yang disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan serta kebersihan dan kenyamanan café yang kurang dijaga, sehingga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan tidak melakukan pembelian ulang pada kafe Bacarito Kopi. Konsumen saat ini semakin kritis dan menuntut, hal ini dapat diketahui dari keluhan-keluhan konsumen dan dapat dilihat dari permasalahan yang dialami kafe Bacarito Kopi. Seperti pada pelayanan yang diberikan karyawan memiliki respon yang kurang baik terhadap konsumen baik saat konsumen baru datang maupun saat konsumen ingin meninggalkan café sehingga konsumen merasa tidak puas setelah mengunjungi café tersebut, kurangnya kecepatan barista saat menyajikan kopi padahal mesin dan peralatan yang digunakan sudah canggih, ketepatan dalam penyajian menu juga kurang karena jika adanya sedikit saja kesalahan dalam penyajian akan menyebabkan kualitas rasa pada produk berkurang, dan untuk suasana toko yakni kurangnya kebersihan. Hal ini juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena dilihat dari permasalahan yang dialami.

Berikut adalah beberapa keluhan konsumen yang diterima oleh kafe Bacarito Kopi dari pelanggan yang sudah melakukan pembelian, seperti tampak pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Keluhan Pelanggan Bacarito Kopi

No.	Keluhan Pelanggan Bacarito Kopi
1.	Ketika konsumen sudah duduk tidak ada karyawan yang menyapa.
2.	Kurang memperhatikan kebersihan dan kerapian meja, saat konsumen datang piring dan gelas masih berada di atas meja.
3.	Keterlambatan datangnya orderan membuat pelanggan harus menunggu lama.
4.	Pelanggan mengeluh dengan rasa minuman yang disajikan kualitasnya tidak sama
5.	Kurang memperhatikan kebersihan toilet.
6.	Terdapat salah satu karyawan yang memberikan respon yang kurang baik pada pelanggan.
7.	Tempat parkir yang kurang luas dan kurang nyaman, sehingga pelanggan kesulitan saat akan memarkirkan kendaraannya.

Sumber : Wawancara langsung dengan Owner Bacarito Kopi (2021)

Berdasarkan data keluhan pelanggan diatas, dapat dijadikan data evaluasi untuk mengetahui keadaan konsumen serta perusahaan dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada pada kafe Bacarito Kopi sehingga dapat menciptakan apa yang diharapkan oleh konsumen. Seharusnya coffe shop memberikan pelayanan yang baik, tetapi pada kafe Bacarito Kopi tidak memberikan pelayanan yang seperti itu, jumlah dari pada karyawan yang masih kurang, seperti hari libur orang-orang pasti ramai berkunjung ke kafe tersebut, dari kurangnya karyawan menyebabkan adanya komplain dari konsumen, komplain tersebut muncul dari adanya full booking sehingga karyawan menjadi kewalahan, semakin tinggi konsumen yang berkunjung tetapi jumlah karyawan tidak bertambah dari sana muncul lah turunnya kepuasan pelanggan.

Bacarito Kopi harus melakukan perubahan dan evaluasi atas apa saja pelayanan yang masih kurang, seperti kualitas pelayanan yang diberikan, dan apakah kualitas pelayanan yang diberikan sudah mampu memenuhi harapan konsumen sehingga bisa memberikan nilai kepuasan pada konsumen. Selain melakukan evaluasi, inovasi baru juga harus diperbaiki

untuk diberikan kepada konsumen. Bacarito Kopi sudah harus mampu memperhatikan hal tersebut agar bisa menambah pelanggan baru dan bisa mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Darmanto dan Ariyanti (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga dan suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dewa (2020) menyatakan bahwa store atmosphere, dimensi pengalaman dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pricilian (2019) menyatakan bahwa variabel harga, store atmosphere dan variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan (Prayogie, 2018). Mubarak (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, brand equity, dan kualitas produk. Prasetya (2018) menyatakan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sundari (2017) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kristiana (2017) menyatakan bahwa store atmosphere dan kualitas pelayanan 8 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kusdiantoro (2015) menyatakan bahwa store atmosphere, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jadi, dapat disimpulkan variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas pelayanan, harga, store atmosphere, kualitas produk, dimensi pengalaman, variasi produk dan brand equity. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan menggunakan variabel kualitas pelayanan dan store atmosphere yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena, variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan pada penelitian yang dilakukan oleh Prasetya (2018) dan variabel store atmosphere berpengaruh dominan pada penelitian yang dilakukan oleh Kristiana (2017).

Schiffman dan Kanuk (2004: 14) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya. Menurut Kotler (2009) mengatakan bahwa kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan serta identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari atmosfernya. Rasa kepuasan tersebut merupakan penilaian terkait dengan ciri atau keistimewaan produk atau jasa itu sendiri. Kepuasan pelanggan bisa dibangun melalui kualitas layanan dan nilai produk

atau jasa serta suasana toko yang disediakan. Hal ini menjadi salah satu kunci pelanggan akan menghasilkan kesetiaan pada suatu produk serta memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Berkaitan dengan munculnya beberapa coffe shop kepuasan pelanggan menjadi salah satu hal yang diutamakan oleh perusahaan. Apalagi salah satu faktor penentu kepuasan konsumen dapat dilihat dari seberapa bagus kualitas pelayanan yang diberikan dan seberapa nyaman store atmosphere yang disediakan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Mencapai kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara menyediakan kualitas pelayanan yang baik. Tjiptono (2002) mengemukakan kualitas pelayanan atau jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dari pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Parasuraman dalam Seotjipto (2006) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan sebagai keinginan para pelanggan daripada layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. Sehingga kualitas pelayanan diharapkan meningkat, dengan harapan kepuasan pelanggan pun meningkat. Penelitian oleh Gofur (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Baptista dan Sugiarto (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain oleh Adriani dan Realize (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian oleh Kasinem (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian oleh Prihatma (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Selain dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, suasana toko atau store atmosphere juga menjadi salah satu faktor yang dapat memberikan kepuasan pelanggan. Store atmosphere merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh suatu bisnis dalam menciptakan kepuasan konsumennya. Menurut Utami (2008: 217), “suasana toko (store atmosphere)” merupakan “kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, konsumen. Kotler dan Keller (2003) mendefinisikan “Atmosphere sebagai usaha merancang lingkungan untuk menghasilkan pengaruh emosional khusus pada pembeli agar meningkatkan pembelian”. Dengan store atmosphere yang menarik tentunya akan memberikan kesan yang nyaman pada pelanggan dan kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Penelitian oleh Darmanto dan Ariyanti (2020) yang menunjukkan variabel store atmosphere terbukti

memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Darma (2018) menyatakan bahwa store atmosphere berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal yang sama juga didapat dari penelitian lain oleh Sundari (2017) juga memperoleh hasil bahwa store atmosphere mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Dewa (2020) store atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian oleh, Kusdiantoro (2015) menyatakan bahwa store atmosphere tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. pemajangan warna, temperatur musik, serta aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen. Kotler dan Keller (2003) mendefinisikan “Atmosphere sebagai usaha merancang lingkungan untuk menghasilkan pengaruh emosional khusus pada pembeli agar meningkatkan pembelian”. Dengan store atmosphere yang menarik tentunya akan memberikan kesan yang nyaman pada pelanggan dan kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Penelitian oleh Darmanto dan Ariyanti (2020) yang menunjukan variabel store atmosphere terbukti memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Darma (2018) menyatakan bahwa store atmosphere berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal yang sama juga didapat dari penelitian lain oleh Sundari (2017) juga memperoleh hasil bahwa store atmosphere mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Dewa (2020) store atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian oleh, Kusdiantoro (2015) menyatakan bahwa store atmosphere tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe Kopi Bacarito Di Kota Padang”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Bacarito Kopi dikota Padang?
2. Apakah Pengaruh Store Atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Bacarito Kopi dikota Padang?
3. Apakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Bacarito Kopi dikota Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Bacarito Kopi dikota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Bacarito Kopi dikota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Bacarito Kopi dikota Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pertimbangan dan masukan mengenai perusahaan mengambil keputusan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan store atmosphere pada Bacarito Kopi. Penulis juga berharap dengan ini dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini adalah salah satu kesempatan penulis dalam mengembangkan pengetahuan untuk dapat menerapkan teori-teori yang diterima kuliah ke dunia bisnis. Dapat mengetahui secara langsung dan menambah wawasan penulis tentang

dunia kerja, serta pengetahuan tentang pemasaran produk yang meningkatkan daya pembelian produk.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca dan menjadi sarana referensi bagi yang ingin melakukan penelitian yang sama.

1.5. Batasan Penelitian

Agar ruang lingkup penelitian ini tidak meluas dan konsisten dengan masalah yang diteliti serta keterbatasan penelitian dalam melaksanakan penelitian maka peneliti membataskan ruang lingkup pembahasan pada : “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe Bacarito Kopi Di Kota Padang”.