

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1LATAR BELAKANG

Sektor industri makanan dan minuman mengalami perkembangan yang begitu pesat baik dalam bagian jasa ataupun bukan jasa, terutama pada sektor adalah *Coffee Shop* yang masuk ke Indonesia seiring dengan perkembangan tren global. Pada awalnya *coffee Shop* tersedia hanya untuk pecinta kopi dan sering kali dibuat untuk peminum kopi dengan penyediaan *instant*. Namun, seiring berkembangnya zaman dan peminat juga semakin meningkat secara signifikan, konsep ini terus mengalami perkembangan hingga menjadi seperti yang kita kenal sekarang. *Coffee Shop* telah menjadi peluang bisnis yang menjanjikan di Indonesia, dengan gerai-gerai yang mulai memasuki tidak hanya di tempat berpenduduk padat tetapi juga di kota kecil, meskipun tetap menggunakan standar dan pasar yang beragam. Konsep *Coffee shop* ini pertama kali dimulai di Amerika Serikat, dengan ciri khas pelayanan dan penyajian yang cepat, dan makanan yang sudah diporsikan dalam satu piring atau “*ready on the plate*” biasa disebut dengan istilah American Servis. Pada umumnya tempat ini dikategorikan ke dalam restoran yang bersifat informal dan beberapa juga beroperasi 24 jam.

Coffee Shop didefinisikan sebagai tempat yang tidak hanya menyediakan kopi dan minuman non-alkohol, tetapi juga menawarkan suasana santai dengan fasilitas seperti musik, baik itu audio maupun *live*, *disain interior* yang khas, pelayanan ramah dan menyediakan koneksi *wifi*.

Coffee Shop juga ikut berkembang, tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk menikmati kopi, akan tetapi juga menjadi tempat untuk melakukan pengerjaan tugas, berfoto, untuk pertemuan bisnis, dan untuk menonton acara musik seperti nonton konser. Hasil Studi "2020 *Brewing in Indonesia: Insights for Successful Coffee Shop Business*" yang dirilis oleh Toffin dengan *partner* Majalah Mix edisi Januari 2020, nilai profiy bisnis *coffee shop* di Indonesia mencapai sekitar Rp 4,8 triliun per tahun. Nilai profit tersebut didasari atas pengetahuan dari konsumen muda yang dibuktikan melalui survei-survei serta wawancara secara *offline* dengan *owner* kedai kopi. Kemunculan *Coffee Shop* akhir-akhir seperti filosofi kopi, starbucks, dan lainnya telah membuat generasi muda secara masal dan masif menjadi penikmat kopi dadakan serta menjadikan kedai kopi sebagai tempat untuk menghabiskan waktu santai mereka Aryani et al., n.d. (2022).

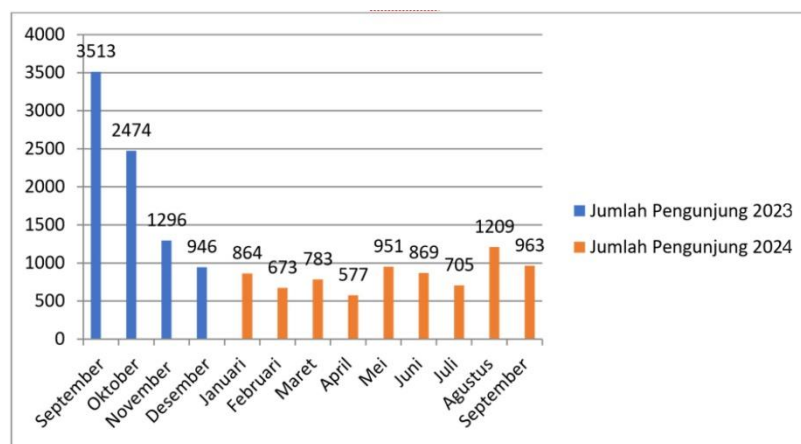
Salah satu fenomena dalam dunia bisnis pariwisata adalah banyaknya kafe yang tersebar di Indonesia. Melalui Kamus Istilah Pariwisata dan Perhotelan (2003:66), kafe merupakan sebuah restoran dengan menu yang cenderung terbatas, istilah ini juga sering digunakan *Coffee Shop* Ongkohadi H, (2014). Yang merupakan tempat makan dan minum dengan menu sederhana yang biasanya menyajikan minuman ringan bagi orang-orang yang ingin bersantai atau menunggu sesuatu. Sementara itu, menurut Budiningsih (2009:51) kafe merupakan restoran kecil di luar hotel yang menawarkan pilihan makanan terbatas dan tidak menyediakan minuman beralkohol tinggi, tetapi cafe tetap menyediakan minuman seperti bir, *soft drink*, teh, kopi, rokok, serta makanan ringan seperti kue dan camilan lainnya Yusra & Asnur, (2022).

Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu dari sekian kabupaten di Indonesia yang memiliki perkembangan cukup pesat dalam industri bisnis kafe. Cafe-cafe pada kota Bangkalan, khususnya di daerah telang, Kecamatan Kamal telah berkembang dengan sangat cepat. Saat ini cafe-cafe tersebar di berbagai daerah Kabupaten Bangkalan dan menjadi tempat favorit bagi masyarakat dan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Tempat ini juga sering digunakan untuk bersantai, berkumpul Bersama teman, mengerjakan tugas, atau hanya sekedar berbincang selama berjam-jam. Pada saat ini, di wilayah Telang Bangkalan yang terletak di sekitar Kampus Universitas Trunojoyo Madura seiring dengan berjalannya waktu banyak berdiri cafe mulai kalangan menengah sampai kalangan atas, terlihat dari konsep bangunan *aesthetic* dan variasi menu. Wilayah Telang termasuk area kampus yang dihuni oleh mayoritas mahasiswa yang datang dari berbagai daerah. Pelaku usaha menjadikan wilayah Telang sebagai peluang untuk mendirikan bisnis cafe yang kekinian dengan target pasar utama mahasiswa, dan ada juga pelanggan yang dari luar wilayah Telang. Oleh karena itu cafe-cafe di Bangkalan khususnya Telang harus memperhatikan aspek-aspek penunjang agar konsumennya berminat untuk mampir dan bersantai untuk sekedar menghilangkan penat dari aktivitas sehari-hari di cafe tersebut. Peneliti tertarik mengambil penelitian di Cafe Cerita Kopi Xotus.

Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan *design* cafe dibangun berbeda dari cafe yang lainnya. Berlandaskan sebuah tema Cerita Kopi Xotus yang mengajak pelanggan dan calon pelanggan agar mengunjungi untuk bercerita bersama teman, berdiskusi bahkan menikmati fasilitas di Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan.

Konsep dengan tema dan design cafe yang kekinian, keindahan, kenyamanan dan juga didukung dengan *outdoor* ala cafe Bali sehingga membuat *design* Cafe Xotus lebih menonjol keindahan suasana dari pada cafe yang lain. Pemilik usaha merancang sedemikian rupa agar pelanggan dan calon pelanggan tertarik untuk mengunjungi yang dapat merasakan kepuasan dan berminat mengunjungi kembali.

Berikut grafik jumlah pengunjung Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan Tahun 2023-2024.



Gambar 1. 1 Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan

Sumber: Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan.

Berdasarkan Grafik diatas jumlah pengunjung Cafe Cerita Kopi Xotus mengalami fluktuasi dari September 2023 hingga September 2024. Jumlah pengunjung tertinggi yaitu pada bulan September 2023 sebanyak 3.513 konsumen dan titik terendah jumlah konsumen ada pada bulan April 2024 sebanyak 577 orang. Jika dilihat dari grafik tersebut terjadi penurunan yang tinggi dari September 2021 sampai Februari 2022. Ketika mengunjungi sebuah cafe, mayoritas konsumen tidak hanya memikirkan produk yang diberikan seperti makanan dan minuman, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Jika perusahaan dapat

memberikan sebuah layanan yang dirasa bagus serta baik atau bahkan melampaui harapan konsumen, hal tersebut akan menciptakan rasa nyaman bagi pelanggan.

Kualitas pelayanan atau *quality of service* adalah bentuk penilaian yang diberikan oleh konsumen, pada tingkat layanan yang telah diterima (*perceived service*) dan tingkat layanan yang mereka harapkan (*expected service*). Kualitas layanan berdampak langsung pada pelanggan Cronin dan Taylor, Ummah, (2019). Pelayanan yang memenuhi ekspektasi pelanggan dapat meningkatkan rasa untuk kembali membeli di tempat yang sama (*re-buying*) yang pada akhirnya berkontribusi dalam profit pendapatan. Oleh karena itu, agar tetap kompetitif dan berkembang, sebuah bisnis harus bisa untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dengan memberikan QOS (*Quality of Service*) tinggi

Selain dari kualitas pelayanan, faktor lain yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk berpindah adalah harga. Harga merupakan elemen penting dalam penjualan yang harus disesuaikan dengan daya beli konsumen agar mereka tertarik untuk membeli. Menurut Lupiyoadi (2013:136) penentuan harga sangat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan dan persepsi konsumen terhadap nilai suatu layanan atau produk. Harga juga berperan dalam membangun citra perusahaan Rohiman et al., (2022).

Dilihat bahwa Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan memiliki variasi menu yang cukup banyak, dengan harga yang mampu dijangkau oleh pelanggan kalangan menengah keatas. Jika dibandingkan dengan harga di Cafe Kopi Joy yang berkisar kurang dari Rp.10.000 Cafe Cerita Kopi Xotus terbilang cukup mahal bagi mahasiswa karena rata-rata harganya Rp.15.000 ke atas sehingga kurang bisa

bersaing dengan cafe-cafe di sekitar Telang yang harganya jauh lebih murah. Hal tersebut bisa mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan tiap bulannya.

Selain harga dan kualitas pelayanan, lokasi juga mempengaruhi berpindahnya para pengunjung, lokasi strategis dan nyaman menjadi keuntungan tambahan bagi perusahaan. Pemilihan lokasi yang mudah dijangkau, berada di kawasan ramai, atau dekat dengan aktivitas calon konsumen dapat menjadi strategi efektif bagi para pemilik usaha. Konsumen cenderung memilih tempat makan yang lokasinya dekat dengan aktivitas mereka. Faktor-faktor terkait lokasi mencakup pemilihan tempat yang strategis dan mudah diakses, berada di sekitar pusat perbelanjaan, dekat area permukiman, menawarkan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan, serta dilengkapi fasilitas pendukung seperti area parkir dan berbagai fasilitas lainnya. Menurut Fandy Tjiptono (2001) Lokasi yang strategis memastikan akses yang mudah dan cepat, mampu menarik banyak pelanggan, serta memiliki potensi untuk memengaruhi pola pembelian konsumen Sarmigi & Parasmala, (2021). Mood dan respons pelanggan sangat dipengaruhi oleh lokasi, desain, dan tata letak fasilitas layanan. Faktor-faktor ini dapat memicu niat untuk berpindah ke tempat lain atau menimbulkan ketidakpuasan. Ketidakpuasan pelanggan terjadi ketika ada ketidaksesuaian antara harapan awal dan pengalaman yang dirasakan.

Berdasarkan wawancara secara langsung bersama pemilik Cafe Cerita Kopi Xotus Bapak Dr. Edgarance dalam pelayanan terhadap pelanggan pemilik Cafe berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik agar pelanggan setia dan cinta terhadap produk yang dijual. Salah satu strategi pelayanan yang menerapkan *Standart Oprasional Prosedur* (SOP) kepada pegawainya guna meningkatkan mutu

pelayanan terhadap pelanggan. Pelayanan yang diberikan dari Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan yaitu pelanggan yang tidak perlu antri Panjang pada saat pemesanan karena pegawai harus menyiapkan pesanan dalam 3 menit, pembayaran dapat dilakukan dengan berbagai macam pembayaran baik uang *cash*, *e-wallet* atau kartu debit kredit sehingga hal ini sangat membantu dan mempermudah jalannya transaksi, kualitas wifi yang baik dan Cafe yang bersih sehingga membuat para konsumen nyaman.

Namun menurut beberapa pelanggan ada beberapa keluhan yang perlu di evaluasi dari Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan contohnya seperti kemampuan dalam memberikan informasi tentang produk yang disajikan terhadap pelanggan. Cafe dalam menawarkan Menu terhadap pelanggan, barista wajib menyampaikan produk yang disajikan secara detail terkait cita rasa agar mempermudah pelanggan untuk mememesannya. Selain itu lahan parkir yang disediakan terbatas dan berada di pinggir jalan membuat membahayakan para pengendara motor yang sedang melintas. Tidak ada sandi wifi di nota pembayaran sehingga membuat para konsumen untuk Kembali lagi ke kasir untuk menanyakan sandi wifi, terdapat kerusakan fasilitas yang mengganggu pelanggan, kurangnya kerjasama dan membantu di kegiatan mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. sehingga peneliti memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap *Switching Intention*”**.

1. 2 Rumusan Masalah

Dengan didasarkan latar belakang masalah yang telah ditunjukkan di atas, maka rumusan masalah yang muncul dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* pada Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan?
2. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* pada Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan?
3. Apakah Lokasi berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* pada Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan?

1. 3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* pada Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan?
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* pada Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan?
3. Untuk mengetahui apakah faktor Lokasi berpengaruh signifikan terhadap *Switching Intention* pada Cafe Cerita Kopi Xotus Telang Bangkalan?

1. 4 Mafaat Penelitian

1. Bagi Pemilik Usaha
Dapat menjadi masukan dan sebagai bahan untuk mengoreksi dan fokus pada Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Berpengaruh Terhadap *Switching*

Intention sehingga pelanggan berminat berkunjung kembali ke Cafe Xotus Telang Bangkalan dan sebagai strategi pemasaran agar bisa bertahan dan mencapai keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis Cafe yang lainnya khususnya di daerah Telang.

2. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan keilmuan mengenai pengetahuan tentang Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Berpengaruh Terhadap *Switching Intention* dan bisa memberikan dampak secara nyata dengan ilmu yang telah didapat dibangku kuliah, khususnya manajemen operasional yang berfokus pada manajemen kepuasan pelanggan.

3. Bagi Penulis lain

Diharapkan menjadi sebuah referensi dan tambahan informasi dalam pengembangan atau penelitian dengan topik serupa bagi peneliti selanjutnya yang memiliki topik sama seperti Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Berpengaruh Terhadap *Switching Intention*.

1.5 Manfaat Teoritis

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran atau sumber informasi mengenai beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung terutama di bidang pariwisata.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi para peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai berbagai faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan,

harga, dan pemilihan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

b) Bagi kalangan akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah tambahan bagi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura secara umum, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, program studi Manajemen, sebagai acuan dalam penulisan karya ilmiah yang membahas topik serupa..

c) Bagi para pengusaha, khususnya pemilik kafe, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki serta sebagai dasar untuk melakukan pengembangan dan perbaikan di masa mendatang.

d) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan *insight* lebih mengenai topik yang sama