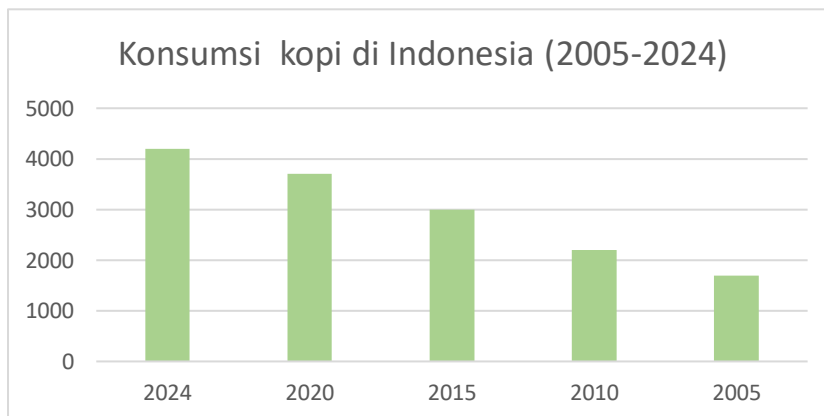


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi yang semakin berkembang pesat saat ini, industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini tak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin modern dan sibuk, sehingga membuat mereka lebih memilih untuk makan di luar rumah. Salah satu tempat yang menjadi pilihan favorit adalah kafe dan restoran, yang tidak hanya menyediakan makanan dan minuman, tetapi juga menjadi tempat untuk bersantai dan berkumpul bersama teman atau keluarga (Jonathan, 2010).



Gambar 1. 1 Grafik konsumsi kopi di Indonesia
Sumber: Santinocoffee

Dari gambar grafik di atas membuktikan bahwa perkembangan konsumsi kopi dari tahun ke tahun tumbuh begitu sangat pesat, Industri kopi di Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap budaya minum kopi. Salah satu yang menjadi bahan baku untuk usaha kuliner yaitu kopi di segmen kopi original yang diseduh dengan berbagai macam cara, juga semakin dilirik

oleh para penggemar kopi. Konsep kedai kopi ini pertama kali diperkenalkan di Amerika, dengan waktu penyelesaian yang cepat dan pelayanan yang sopan, serta makanan yang sudah disiapkan dalam sekali duduk atau “*ready on the plate*” yang biasa disebut dengan *American Servis*, Tangian, Polli, and Permana, (2020). Kedai kopi atau *Coffe shop* juga berfungsi sebagai tempat berkumpul, tidak hanya digunakan untuk menikmati kopi, akan tetapi juga dapat digunakan untuk tugas-tugas yang berhubungan dengan pekerjaan, mengambil gambar, menjalankan bisnis, dan mengadakan acara musik seperti konser. Aryani *et al*, (2022) 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. Menurut hasil studi Toffin dan partner Majalah Mix edisi Januari 2020, nilai profit bisnis *coffee shop* di Indonesia mencapai sekitar Rp 4,8 triliun per tahun. Nilai keuntungan tersebut didasarkan pada pengetahuan yang dimiliki pelanggan muda, yang diukur melalui survei dan wawancara langsung dengan pemilik kedai kopi.

Umumnya kafe diartikan sebagai tempat yang tidak hanya menyediakan kopi dan minuman non-alkohol, akan tetapi juga menawarkan suasana santai dengan fasilitas seperti musik, baik itu audio maupun *live*, *disain interior* yang khas, pelayanan ramah dan menyediakan koneksi *wifi* (kafflo id). Fenomena dalam dunia bisnis adalah salah satu yang banyaknya café tersebar di Indonesia. Aryani *et al.*, (2022) kafe merupakan sebuah restoran dengan menu yang cenderung terbatas, istilah ini juga sering digunakan *Coffee Shop*. Dimana Ini adalah tempat makan dan bersantai dengan menu

yang sederhana dan biasanya disajikan ringan bagi orang-orang yang ingin bersantai atau menunggu apa pun. Sementara itu, menurut Yusra & Asnur, (2022) kafe merupakan restoran kecil di luar hotel yang menawarkan pilihan makanan terbatas dan tidak menyediakan minuman beralkohol tinggi, tetapi tetap kafe menyediakan minuman seperti bir, *soft drink*, teh, kopi, rokok, serta makanan ringan seperti kue dan camilan lainnya. *Coffee shop* dan kafe sering kali berfungsi sebagai tempat berkumpul bagi teman, keluarga, atau rekan kerja menekankan bahwa lingkungan sosial yang diciptakan oleh kafe dan coffee shop dapat meningkatkan interaksi sosial di antara pelanggan (Baker *et al.*, 2002). Keduanya menawarkan berbagai jenis minuman, terutama kopi, serta makanan ringan hingga berat (Vlachou and Savvinopoulou, (2022).

Kabupaten Sumenep memiliki sejumlah besar usaha baik di sektor manufaktur maupun jasa, yang berarti bahwa usaha lain harus memiliki strategi yang lebih inklusif terhadap pelanggannya untuk meningkatkan kemauan mereka untuk membeli barang-barang manufaktur. Beberapa pelaku usaha di kawasan Sumenep yang juga fokus memproduksi berbagai jenis kopi, seperti kopi warung cuan, kopi simpel, kopi ayoka, Java In. Di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, khususnya di industri kafe, kualitas layanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberlangsungan usaha. Java In merupakan salah satu kafe yang cukup dikenal di daerahnya karena menawarkan suasana yang nyaman dan variasi menu yang menarik. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun Java In memiliki potensi dari sisi produk dan suasana, masalah dalam kualitas layanan dapat memengaruhi tingkat kepuasan

pelanggan. Ketika pelanggan merasa tidak puas, mereka cenderung mempertimbangkan untuk beralih ke kafe lain yang memberikan layanan lebih baik. Hal ini mengarah pada peningkatan *switching intention* atau niat untuk berpindah. Melihat pentingnya kualitas layanan dalam membentuk kepuasan pelanggan dan menjaga loyalitas mereka, fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut. Dengan memahami bagaimana kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap *switching intention*, Java In dapat merancang strategi perbaikan yang tepat guna mempertahankan pelanggannya di tengah persaingan.

Tabel 1. 1 Data Pesaing Kafe Terdekat

Nama Cafe	Tahun berdiri	Alamat Cafe	Google Reviuw
Warkop Cuan	2017	Desa Pajagalan	4,6
Sinar Baru Kopi	2022	Desa Kolor	4,3
Simple Cafe	2017	Desa Kolor	4,2
Java In	2018	Desa Kolor	4,2
Ayoka Cafe	2017	Desa Pajagalan	4,1

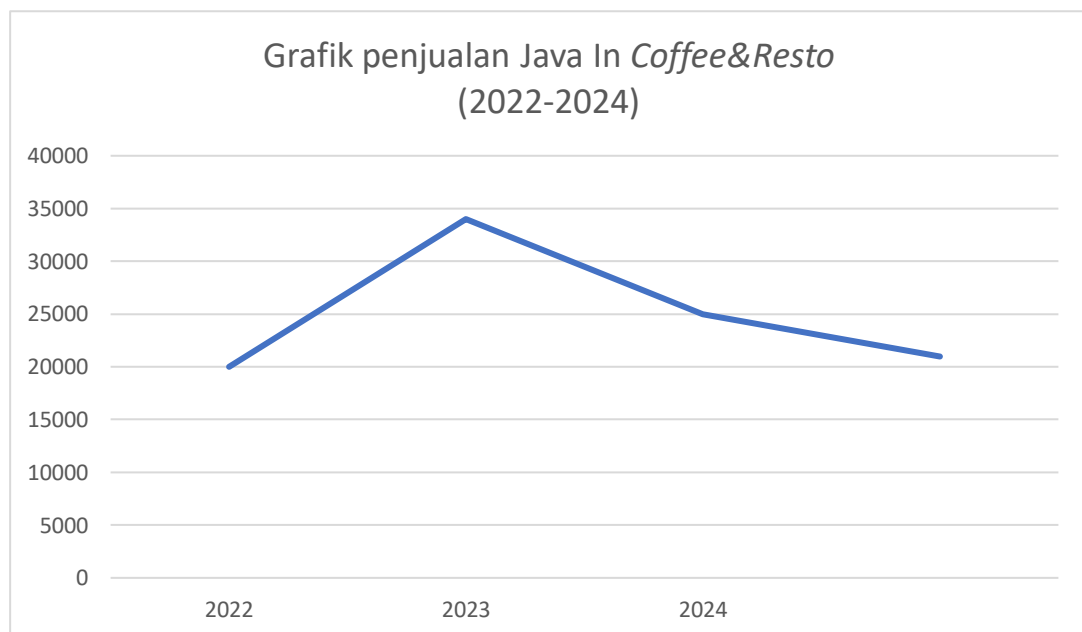
Sumber: Diolah tahun 2024.

Dari tabel di atas kita dapat melihat bahwa banyaknya para pesaing kafe shop di kabupaten Sumenep yang memiliki rate yang lebih tinggi dari Java In. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan industri kuliner Kabupaten Sumenep, Madura, mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Pertumbuhan ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat, terutama generasi muda, yang menjadikan kafe tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga sebagai ruang untuk bersosialisasi, bekerja, hingga menjadi spot konten media sosial. Persaingan antar pelaku usaha kafe shop pun menjadi semakin ketat. Beberapa kafe ternama di

Sumenep seperti Simple kafe , yang mengusung konsep minimalis modern dengan spesialisasi kopi arabika lokal; kafe Warkop cuan, yang terkenal dengan promo bundling makanan dan minuman yang terjangkau; serta kafe Sinar baru kopi, yang mengandalkan desain interior yang instagramable dan pelayanan ramah, semuanya berlomba-lomba menarik perhatian pelanggan. Namun, di balik meningkatnya jumlah kunjungan pelanggan, persaingan antar kafe ini menghadirkan berbagai tantangan, seperti penurunan kepuasan pelanggan akibat banyaknya pilihan alternatif, strategi penjualan yang menekan margin keuntungan, serta kebutuhan untuk terus berinovasi dalam produk dan pelayanan.

Oleh karena itu dalam konteks persaingan yang semakin ketat di Sumenep, penting bagi kafe Java In untuk memahami dengan lebih dalam permasalahan yang terjadi. Beberapa pelanggan yang peneliti temui menyatakan alasan-alasan yang menyebabkan mereka melakukan *switching intention*. "*Pelayanan di tempat ini kadang lambat, terutama saat jam sibuk, jadi saya mempertimbangkan untuk mencoba tempat lain yang lebih responsif (B.A)*" pelanggan lainnya juga mengatakan hal serupa "*Saya merasa kurang dihargai sebagai pelanggan tetap, jadi ingin mencoba tempat yang lebih personal pelayanannya (E.K)*" beberapa pelanggan mengungkapkan bahwa pelayanan kurang memuaskan menjadi salah satu faktor utama yang membuat mereka melakukan *switching intentio*. "*Tempat ini kurang cocok untuk bekerja karena sinyal Wi-Fi yang tidak stabil (I.Q)*" pelanggan lain juga mengungkapkan "Saya sering mendengar promo dan diskon menarik dari *coffee shop* lain yang membuat saya tertarik untuk berpindah. (K.N)". dan juga pelanggan mengataan "*Kadang kebersihan area tidak terjaga dengan*

baik, sehingga saya kurang nyaman dan ingin mencoba tempat lain.(M.K)" beberapa pelanggan mengeluhkan kualitas layanan, dan fasilitas fisik yang kurang memuaskan mereka merasa tertarik untuk melakukan switching. "Saya suka mencoba berbagai jenis kopi di berbagai tempat, jadi switching intention saya lebih pada alasan mencari pengalaman baru (O.I)" Ada juga pelanggan yang memang melakukan switching Intention Mereka tidak hanya mencari makanan yang enak, tetapi juga berusaha memahami budaya dan tradisi yang terkait dengan makanan tersebut.



Gambar 1. 2 Jumlah penjualan pertahun Java In Coffee & Resto

Sumber: Café Java In Kabupaten Sumenep

Berdasarkan Grafik diatas jumlah pengunjung kafe Java In mengalami fluktuasi dari 2023 hingga September 2024. Jumlah pengunjung tertinggi yaitu pada tahun 2023 sebanyak 35.000 konsumen dan titik terendah jumlah konsumen ada pada 2024 sebanyak 20.000 orang. Jika dilihat dari grafik tersebut terjadi penurunan yang tinggi dari 2023 sampai 2024. Kurangnya minat beli dari konsumen yang diakibatkan

oleh beberapa permasalahan kualitas pelayanan yang kurang memuaskan bagi pelanggan. Sehingga menyebabkan pelanggan tidak puas yang membuat para pelanggan tidak nyaman akan hal tersebut. Ketika pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang mereka terima, mereka cenderung mencari alternatif lain, yang dikenal sebagai *switching intention*. dalam beberapa bulan terakhir, terjadi penurunan jumlah pelanggan tetap dan munculnya ulasan negatif di media sosial yang menyoroti lambatnya pelayanan, sikap staf yang kurang ramah, serta inkonsistensi dalam penyajian makanan dan minuman.

Menurut (Tangian, Polli, and Permana 2020) niat pelanggan untuk berpindah ke layanan lain yang dianggap lebih menguntungkan, dan biasanya dipicu oleh ketidakpuasan, serta persepsi negatif terhadap pelayanan yang diberikan. (Bansal, Taylor, and James 2005) mengungkapkan bahwa ketika konsumen merasakan kualitas dan nilai layanan yang rendah, merasakan kepuasan yang rendah terhadap penyedia layanan, memiliki kepercayaan dan komitmen yang rendah terhadap penyedia layanan tersebut, dan merasakan harga yang terlalu mahal. jika tinggi, dia cenderung merasa terdorong untuk beralih.

Selain itu menurut (Widanti, Abdillah, and Murni 2022) kepuasan pelanggan juga dapat mempengaruhi niat pelanggan untuk berpindah ke tempat lain. Kualitas pelayanan yang kurang baik dapat menjadi masalah serius bagi perusahaan, karena hal ini langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Kumar and Reinartz 2018) Penelitian ini menemukan bahwa meskipun kualitas layanan memiliki pengaruh, tidak semua dimensi kualitas layanan berkontribusi secara signifikan terhadap *switching*

intention. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian pelanggan mengevaluasi kualitas layanan dengan membandingkan tingkat layanan yang mereka harapkan (*expected service*) dan tingkat layanan yang mereka terima (*perceived service*) dimana kualitas pelayanan berdampak langsung pada pelanggan (Nurhasan and Gunawan 2016). Menurut (Baihaky, Yogatama, and Mustikowati 2022), kualitas pelayanan dalam bisnis kuliner mencakup pengalaman pelanggan yang menyenangkan secara konsisten dari aspek pelayanan, kebersihan, rasa makanan, dan kecepatan penyajian. Ketika konsumen menerima layanan yang sesuai dengan harapan mereka, mereka cenderung membeli kembali dari bisnis yang sama, yang pada akhirnya meningkatkan keuntungan (Muhammad Nur Fadillah, 2024). Oleh karena itu, agar tetap kompetitif dan berkembang, suatu bisnis harus mampu memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan kualitas layanan yang tinggi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Beberapa studi menemukan bahwa: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan (Dinnova Ryo Kristanto and Rayhan Gunaningrat 2024). Untuk menghasilkan suatu kepuasan pelanggan, maka perusahaan membutuhkan kualitas layanan yang baik pula, kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa (Maureen Nelloh and Purwanto Liem 2012). Namun, studi lain menemukan bahwa tidak semua dimensi kualitas pelayanan (seperti keandalan atau bukti fisik) berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dalam

konteks cafe atau restoran kecil (Onata and Mukaram 2023). Belum banyak penelitian yang membahas secara mendalam hubungan antara dimensi-dimensi kualitas pelayanan (seperti *empathy*, *responsiveness*, *tangibles*, *reliability*, *assurance*) terhadap kepuasan pelanggan di sektor kafe lokal yang memiliki karakteristik berbeda.

Secara teori, pelanggan yang puas seharusnya memiliki *Switching Intention* yang rendah. Namun, beberapa studi terbaru menemukan bahwa kepuasan tinggi tidak selalu menjamin pelanggan akan tetap loyal, terutama dalam industri yang sangat kompetitif seperti kafe. Menurut Studi (Chan et al. 2020) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan menurunkan *switching intention*. Sebaliknya, studi (Tyra et al. 2024) menyatakan bahwa meskipun pelanggan puas, mereka tetap memiliki niat berpindah jika menemukan alternatif yang lebih menarik (misalnya harga lebih murah atau tempat lebih nyaman). Menurut (Bansal et al. 2008) bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas layanan dan niat berpindah (*switching intention*). Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mengurangi niat berpindah.

Belum banyak yang mengeksplorasi secara spesifik peran kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan dan *switching intention*, khususnya dalam konteks cafe lokal di daerah non-metropolitan seperti Sumenep, di mana preferensi pelanggan bisa berbeda dengan di kota besar. Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji peran kepuasan pelanggan sebagai mediator antara kualitas pelayanan dan *switching intention* dalam

konteks kafe lokal di Kabupaten Sumenep. Selain itu, perbedaan hasil penelitian sebelumnya menjadi celah penting untuk dikaji lebih lanjut guna memperkuat pemahaman tentang kepuasan dan perilaku berpindah pelanggan di tengah tingginya persaingan usaha. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh *Java In Coffee & Resto* dalam menghadapi persaingan bisnis serta mencari solusi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan eksistensinya di tengah maraknya *coffee and resto* di Kabupaten Sumenep.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampak pada *Switching Intention* Java In Coffee & Resto di Sumenep Madura) ”**

1.2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap *switching intention* pelanggan di *Java In Coffee & Resto*?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Java In Coffee & Resto*?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *switching intention* *Java In Coffee & Resto*?

4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas layanan dan *Swicthing Intention* di Java In *Coffee & Resto*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung Kualitas Layanan terhadap *switching Intention* Java In *Coffee & Resto*
2. Untuk mengetahui Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Java In *Coffee & Resto*
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap *Switching Itention* di Java In *Coffee & Resto*
4. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan *Switching Intention* di Java In *Coffee & Resto*.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini akan memberikan manfaat, adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Dapat memberikan referensi bagi perusahaan yang bersangkutan, memberikan saran dan masukan guna meningkatkan kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan dan dapat mengurangi dampak terjadinya *switching intention*.

2. Bagi peneliti

Dapat memberikan tambahan wawasan baru mengenai kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan pada Java In *coffe & Resto*.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi dan referensi untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mengurangi dampak pada *swiching intention*.

4. Untuk Peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian lanjutan yang ingin mengeksplorasi lebih dalam tentang kualits layanan, kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap *swiching intention* sebagai dasar untuk studi yang lebih spesifik atau dalam konteks yang berbeda.