

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern seperti sekarang ini, telah mendorong dan memotivasi masyarakat untuk mendirikan berbagai usaha bisnis dengan tujuan yang sama yaitu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mendapatkan profit semaksimal mungkin. Peluang bisnis di Indonesia juga semakin terbuka lebar melihat kondisi perekonomian Indonesia yang belakangan ini terus berkembang ke arah positif.

Perkembangan ekonomi yang cukup stabil ini membawa dampak yang positif bagi dunia usaha, karena dengan ditunjang dengan daya beli masyarakat yang cukup tinggi, sehingga membuka kesempatan untuk masyarakat membuka usaha bisnis. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia, maka makin tinggi tingkat daya beli masyarakat, maka makin besar pula peluang bagi para pelaku bisnis untuk membuka usaha bisnis.

Salah satu usaha bisnis yang cukup pesat perkembangannya saat ini adalah bisnis *coffeshop*. Bisnis *Coffeshop* sudah menjamur di setiap kota-kota yang ada di Indonesia, *Coffeshop* merupakan usaha bisnis yang diperkirakan memiliki prospek yang baik, Cafe selain menjadi tempat makan dan minum, cafe juga dijadikan tempat untuk bersosialisasi. Pola gaya hidup masyarakat akan kebutuhan terhadap suatu produk seperti halnya makanan menjadi sangat kompleks. Keinginan masyarakat tidak hanya pada substansi makanan saja tetapi disertai

dengan adanya unsur pelayanan, nuansa dan kenyamanan yang tujuannya untuk memberikan perasaan puas terhadap pelanggan. Dengan banyaknya usaha bisnis cafe pada masa sekarang menciptakan persaingan yang semakin ketat dalam usaha bisnis cafe yang dimana membuat para *owner* cafe berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggannya. Kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa karena jika pelayanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen maka konsumen akan merasa kecewa. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler (2005:181) dalam Etta dan Sopiah kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Setelah mengkonsumsi produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa, konsumen tidak akan membeli produk yang sama lagi dikemudian hari.

Tjiptono (2005) dalam Etta dan Sopiah (2013: 100) menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas jasa yang dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Parasuraman (2002) dalam Etta dan Sopiah (2013: 100) mendefinisikan kualitas jasa sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dengan teori-teori yang dipaparkan oleh para ahli tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, bisa kita lihat bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Maka dari itu usaha bisnis cafe harus selalu memperhatikan kualitas pelayanannya agar pelanggan yang datang merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.

Berkembangnya *coffeshop* yang salah satunya Simple Café Sumenep yang tepatnya berada di Jl. Arya Wiraraja Kav AA3-AA4 Gedung-Sumenep yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. *Coffeshop* yang menyediakan bermacam-macam jenis kopi, teh, jus, dan cemilan. Adapun beberapa pesaing yang dihadapi Simple Cafe dalam menjalankan bisnisnya antara lain WAPO Cafe, JBL, ANITA Cafe, Cafe Kota Tua, Kedai Koffekita, Quies Steak Cafe, dan masih banyak lagi yang tersebar di kota Sumenep.

Simple Cafe merupakan sebuah usaha dagang yang bergerak pada industri jasa, yang didirikan pada tahun 2013. Simple Cafe merupakan salah satu *coffeshop* yang menghadapi ketatnya persaingan bisnis cafe pada saat ini. *Coffeshop* ini selama beberapa bulan terakhir mengalami penurunan dalam penjualannya, hal ini dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 1.1
Data penjualan Simple Cafe
Bulan Juni 2015-Februari 2016

Bulan	Jumlah penjualan
Juni 2015	1.030 cangkir
Juli 2015	1.075 cangkir
Agustus 2015	1.100 cangkir
September 2015	1.323 cangkir
Oktober 2015	1.105 cangkir
November 2015	750 cangkir
Desember 2015	1.020 cangkir
Januari 2016	800 cangkir
Februari 2016	1.070 cangkir

Sumber: Simple cafe tahun 2015-2016

Dari table 1.1 diketahui bahwa terjadi fluktuasi di bulan-bulan tertentu. Permasalahan yang di yakini menyebabkan terjadinya hal ini karena pada tahun ini terdapat beberapa *coffeshop* baru yang berada di Sumenep khususnya di daerah Kecamatan Kota Sumenep, dan juga berdasarkan informasi dari Manajer cafe bahwa ada beberapa keluhan yang datang dari konsumen yang menyangkut tentang kualitas pelayanan yang diberikan Simpel Cafe masih kurang memuaskan. Adapun beberapa keluhan dari konsumen seperti berikut:

1. Herman (umur 34 tahun) mengatakan bahwa pelayanan di Simple Cafe terlalu lama dan musiknnya tidak cocok kalo di buat untuk santai.
2. Yofa Arova (umur 27 tahun) tidak adanya fasilitas berupa WIFI dan juga pelayanan yang lama.

3. Indra hadi (umur 23 tahun) karyawan kurang tertib, dan kurang peduli terhadap pelanggan
4. Ulum dedi (umur 25 tahun) tidak suka dengan musiknya yang bergenre Dj dan tidak cocok di buat nyantai sambil minum kopi, berbincang-bincang dengan teman.
5. Hanafi (umur 37 tahun) tidak suka dengan parkir yang terlalu sempit, dan tidak adanya fasilitas WIFI.
6. Fahmi maulana (umur 18 tahun) pelayanan yang lama, volume musik yang terlalu nyaring, dan tidak adanya fasilitas WIFI.
7. Linda bunga (umur 30 tahun) pelayanan yang terlalu lama dan musiknya kurang *slow*.
8. Lian berry(umur 20 tahun) “pelayanan yang terlalu lama, dan karyawan yang kurang ramah.
9. Wahyu siswanto(umur 25 tahun) tidak adanya fasilitas WIFI, TV, pembayaran secara debit dan karyawan yang kurang peduli terhadap pelanggan.
10. Lingga jaya (umur 17 tahun) pelayanan yang terlalu lama dan karyawan yang kurang tanggap

Berdasarkan hasil observasi terhadap 10 orang konsumen yang pernah mengunjungi Simple cafe yang dimana seperti keluhan-keluhan yang ada di atas, dan dari 10 orang tersebut 50% menyatakan setuju dengan kurang tanggapnya karyawan Simple Cafe, 60% menyatakan setuju dengan tidak adanya fasilitas WIFI, TV, pembayaran secara debit, 80% menyatakan setuju dengan penyajian makanan dan minuman yang terlalu lama, 70% menyatakan setuju dengan karyawan yang kurang

tenang dan kurang tertib dalam melayani konsumen, 40% menyatakan setuju dengan volume musik yang diputar terlalu keras dan membuat tidak nyaman, 60% mengatakan setuju dengan sempitnya lahan parkir yang disediakan oleh Simple Cafe.

Dari beberapa keluhan yang datang dari konsumen bisa dilihat bahwa masih adanya kekurangan dari segi pelayanan karyawan, fasilitas yang disediakan oleh perusahaan dan juga kenyamanan dalam ruangan cafe. Parasuraman (2002) mengemukakan tentang lima dimensi kualitas jasa yaitu, *realibility* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *ansurance* (jaminan), *emphaty* (empati), *tangible* (bukti fisik). Lima dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman dapat menggambarkan bahwa dari setiap variabel merupakan bagian-bagian dari kualitas jasa yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan jasa. Penelitian yang dilakukan oleh Iksan, Leonid, Yohanes (2013) menunjukkan bahwa lima dimensi kualitas jasa yang terdiri dari, *realibility*, *responsiveness*, *ansurance*, *emphaty*, *tangible* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pihak manajemen dituntut untuk membenahi kekurangan-kekurangan yang ada dalam perusahaannya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya agar terciptanya kepuasan pelanggan dan melakukan pembelian ulang.

Dengan adanya situasi tersebut maka permasalahan ini layak diteliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Simple Cafe Sumenep sehingga dapat dilakukan perbaikan-perbaikan oleh perusahaan. Berdasarkan uraian latar

belakang yang terjadi di atas maka penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul **(PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN” (STUDI PADA SIMPLE CAFE SUMENEP).**

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep ?
2. Apakah variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep ?
3. Apakah variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep ?
4. Apakah variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep ?
5. Apakah variabel *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep ?
6. Apakah variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep ?
7. Variabel manakah memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis variabel *tangible* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep.
2. Untuk menganalisis variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep.
3. Untuk menganalisis variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep.
4. Untuk menganalisis variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep.
5. Untuk menganalisis variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep.
6. Untuk menganalisis variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Simple Cafe Sumenep.
7. Untuk menganalisis variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan/Cafe

Bisa menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan juga rencana strategi dalam pemenuhan kepuasan pelanggan dan juga untuk memperbaiki kekurangan dari layanan yang diberikan cafe tersebut.

2. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan, dan juga untuk menambah wawasan yang lebih luas dalam memahami dan memperdalam ilmu pemasaran, khususnya mengenai teori yang membahas kualitas pelayanan.

3. Bagi Pembaca

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, untuk menambah wawasan lebih mendalam tentang kualitas pelayanan.