

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di dunia bisnis di zaman sekarang memanglah begitu ketat adanya, salah satunya adalah bisnis di bidang kedai kopi. Masyarakat Indonesia tentunya sudah tidak asing lagi dengan minuman tersebut. Kopi merupakan sebuah minuman yang cukup banyak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia. Aroma kopi yang khas memiliki daya tarik tersendiri untuk memikat seseorang agar segera mengkonsumsinya. Sejarah kopi di Indonesia sendiri diawali dari Belanda yang waktu itu menjajah Indonesia. Sejak zaman penjajahan hingga sekarang ini, usaha di bidang kopi tidak pernah punah dan justru semakin berkembang (Pramita & Pinasti, 2016).

Banyaknya bisnis kedai kopi menimbulkan daya kreatif dari pihak pelaku bisnis untuk menarik pelanggan agar datang dan menikmati berbagai varian minuman kopi dari berbagai jenis kopi yang ada. Pelanggan pun pasti sudah mampu memilih yang akan dipilih dari berbagai pilihan yang ditawarkan kepada mereka sesuai standar harapan mereka. Hal ini tentunya mendorong pebisnis untuk membuat semenarik mungkin kedai kopi mereka agar pelanggan yang berkunjung ke kedai kopi mereka mendapatkan kepuasan yang tersendiri, baik itu dari segi suasana maupun dari segi fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pebisnis kedai kopi. Hal yang membuat pelanggan mengambil keputusan pembelian di sebuah kedai kopi tentu saja menu yang disajikan. Pemilihan bahan yang berkualitas tentu akan menghasilkan cita rasa kopi yang nikmat. Rasa kopi yang nikmat merupakan salah satu faktor yang membuat pelanggan puas telah berkunjung di kedai kopi tersebut dan tidak menutup kemungkinan untuk mereka akan berkunjung lagi di lain kesempatan. Tetapi tanpa disadari, pengaruh kualitas

pelayanan yang diberikan di kedai kopi dengan menarik juga menjadi faktor minat kunjung ulang dan kepuasan pelanggan.

Dewasa ini minum kopi memang sudah menjadi budaya yang semakin hari semakin berkembang di kalangan masyarakat umum baik itu laki-laki maupun perempuan mulai dari yang muda hingga yang tua. Hal inilah yang menjadikan landasan utama bagi sebagian orang untuk membuka usaha di bidang kopi, mulai dari warung kopi sederhana hingga kedai kopi mewah yang menyajikan kopi dengan sajian kopi yang nikmat dan beraneka ragam. Di beberapa kedai kopi, pengusaha menambahkan berbagai fasilitas tambahan untuk menarik minat pelanggan agar berkunjung ke kedai kopi mereka, seperti fasilitas WiFi gratis, *power outlet* untuk mengisi ulang daya baterai *smartphone* dan laptop pengunjung, dan membuat semenarik mungkin desain bagian luar dan dalam kedai kopi mereka. Hal ini bertujuan agar pemilik kedai kopi mampu menarik sebanyak mungkin pelanggan di tengah arus di mana budaya *ngumpul ngopi* yang semakin hari semakin berkembang ini, dan tentunya agar pemilik kedai kopi meraup keuntungan sebanyak mungkin dari bisnis kedai kopi yang mereka jalani.

Kedai kopi sendiri di era sekarang sudah menjadi sebuah lahan bisnis yang sangat menjanjikan dan tentunya menguntungkan jika saja pemilik bisnis tersebut sadar dan paham tentang bagaimana mengelola kedai tersebut agar mampu menarik minat pengunjung. Zaman sekarang, pertumbuhan dari bisnis kedai kopi sendiri semakin bertambah tiap harinya. Dengan semakin pesatnya pertumbuhan bisnis kedai kopi ini secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap persaingan di dunia bisnis kedai kopi. Dengan begitu pemilik bisnis kedai kopi secara tidak langsung dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang sebaik mungkin kepada pelanggannya agar pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

Konsep dari kualitas pelayanan pada dasarnya adalah suatu standar kualitas yang harus ditentukan dalam memberikan pelayanan yang baik tentang pemasaran dengan layanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005) merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita atau sesuatu yang mengada-ada, tetapi harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan (Winarmo, dkk. 2018).

Saat ini pelayanan kedai kopi juga menjadi faktor penting bagi pelanggan untuk menentukan keputusan berkunjung di kedai kopi tersebut. Pelayanan di kedai kopi yang baik dan ramah menjadi faktor penentu bagi pengunjung sebelum memastikan untuk datang mengunjungi kedai kopi tertentu. Menciptakan suasana kedai kopi yang menarik dapat dimulai dari menentukan tema dari kedai kopi tersebut agar berbeda dari kedai kopi yang lain. Misalnya menciptakan tema kedai kopi yang romantis untuk kalangan anak muda, kedai kopi untuk tempat berdiskusi atau mengerjakan tugas siswa atau mahasiswa, kedai kopi yang nyaman untuk tempat berkumpul komunitas dalam jumlah yang besar, dan tema-tema yang menarik lainnya. Menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan melalui desain luar dan dalam yang menarik serta dekorasi yang digunakan mempunyai kualitas yang baik, juga pemeliharaan warna dan fasilitas yang lengkap.

Kebiasaan masyarakat untuk *nongkrong* atau *kongkow* di warung kopi telah menjadi budaya di berbagai wilayah, terutama wilayah sekitar kampus. Gaya hidup

ngopi sudah menyebar di berbagai penjuru kota, terutama di kalangan mahasiswa yang butuh tempat untuk berdiskusi atau mengerjakan tugas. *Ngopi* tentu saja menjadi gaya hidup modern akhir-akhir ini, oleh sebab itu tidak jarang kita selalu menemukan tempat *ngopi* dimana pun kita berada.

Salah satu kedai kopi di Bangkalan yang mengusung tema yang unik adalah Warung Wayang. Warung Wayang mengambil tema kedai literasi. Warung Wayang sendiri berlokasi di Jl. Raya Telang Kamal Bangkalan, lebih tepatnya di depan kampus Universitas Trunojoyo Madura. Warung Wayang memiliki konsep dan suasana yang berbeda dari kebanyakan warung kopi yang ada di Bangkalan pada umumnya. Kedai kopi yang mengusung tema literasi ini, selain menyediakan fasilitas yang sudah lazim ada di kedai kopi pada umumnya, seperti WiFi gratis dan *power outlet*, juga menyediakan fasilitas utama sesuai tema yang ditentukan, yakni tersedianya beberapa buku bacaan yang disediakan dan bisa dibaca oleh pelanggan. Tentunya sebagai kedai kopi, sajian utama yang ditawarkan di Warung Wayang adalah berbagai jenis kopi dan minuman lainnya, juga camilan untuk teman *ngopi*. Sebagai kedai kopi yang berdiri di daerah kampus, tentu saja target pelanggan yang dilirik oleh Warung Wayang adalah dari kalangan mahasiswa. Di Warung Wayang, selain pelanggan dapat menikmati minuman dan camilan sambil membaca buku yang disediakan, di hari-hari tertentu pelanggan juga dimanjakan dengan penampilan musik atau diskusi bersama seperti bedah buku dan forum group diskusi yang lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin menjadikan hal tersebut sebagai bahan penyusun skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN” dengan studi kasus pada pelanggan Warung Wayang Bangkalan. Diharapkan dalam penelitian ini, peneliti mampu mengetahui apakah kualitas pelayanan yang terdiri atas variable bukti

fisik, kehadiran, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri atas bukti fisik, kehadiran, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri atas bukti fisik, kehadiran, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan apakah kualitas pelayanan yang terdiri atas bukti fisik, kehadiran, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menjelaskan apakah kualitas pelayanan yang terdiri atas bukti fisik, kehadiran, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi peneliti sendiri. Serta sebagai salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh peneliti untuk memperoleh gelar sarjana.

2. Bagi Warung Wayang

Sebagai informasi tambahan untuk yang mengelola Warung Wayang agar mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang telah disediakan.

3. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Sebagai salah satu bahan untuk menambah referensi bacaan bagi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura pada umumnya, dan kajian ilmu bagi mahasiswa program studi manajemen pada khususnya.