

BAB I

PENDAHULUAN

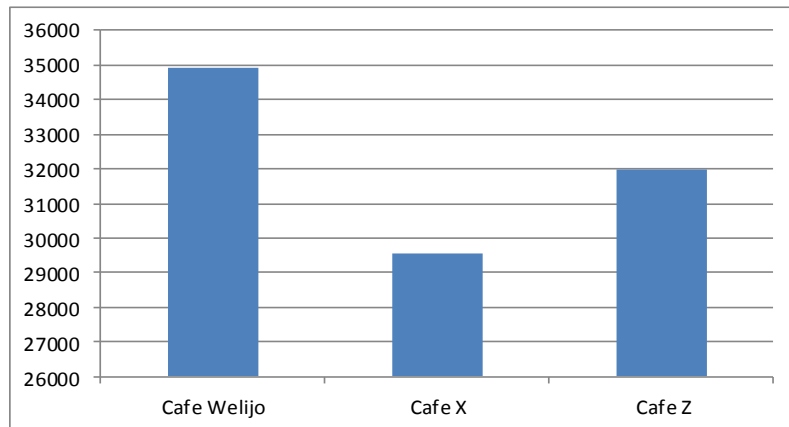
1.1 Latar Belakang

Warung kopi di Indonesia sejak zaman dahulu menjadi tempat pertemuan atau tempat berkumpul sekelompok orang untuk bersosialisasi, diskusi, dan tempat beristirahat melepas lelah. Seiring perkembangan zaman, kini warung kopi disebut *cafe* dalam bahasa modern. Fungsi *cafe* tidak banyak berubah meskipun desain tampilan dan pelayanan yang diberikan semakin bervariasi. Pelayanan *cafe* pada masa kini lebih ditekankan pada nuansa kenyamanan, harga yang relatif terjangkau, dan aneka sajian makanan dan minuman yang ditawarkan.

Kopi menjadi minuman yang populer di seluruh dunia. Dari sinilah muncul kata *Cafe* yang mengacu pada kedai kopi/*Cafe/Coffee shop*. Istilah kata *cafe* berasal dari bahasa Perancis yang berarti kopi (Baba dkk, 2019:117). Pengertian *cafe* sendiri ialah suatu kawasan yang identik menggunakan meja-meja dan kursi yang tertata rapi serta sofa yang nyaman, menjual aneka varian kopi serta makanan ringan disertai alunan musik serta suasana nyaman yang bisa dirasakan konsumen (Rasmikayati dkk, 2020:27).

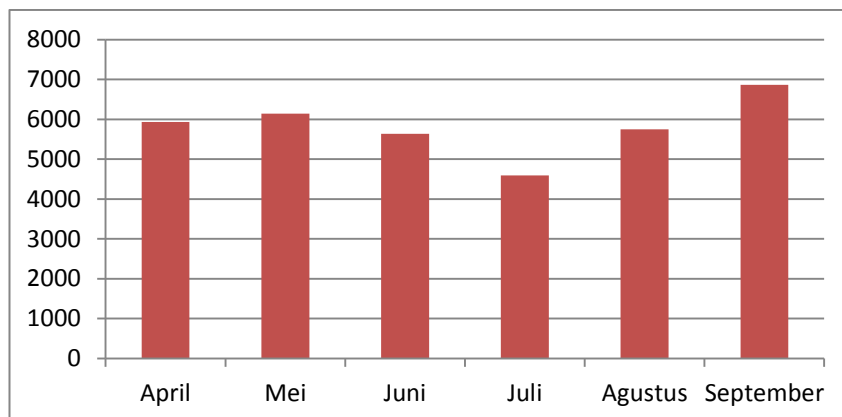
Bagusnya peluang bisnis *cafe* ini membuat banyaknya *cafe* yang bermunculan khususnya pada Kota Lamongan. Tidak hanya sekedar *cafe* melainkan sudah menjadi ruang komunitas yang menyuguhkan aneka macam hidangan, ditambah konsep dari Cafe Welijo dengan gaya industrial menjadi ornamen-ornamen seperti lukisan, pot bunga yang ditempel di dinding, serta model meja dan kursi yang modern. Terdapat beberapa pilihan *cafe* yang berada disekitar Cafe Welijo, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen

untuk sampai pada keputusan menentukan *cafe* sebagai daerah berkumpul. Maka dari itu Manajemen *cafe* berusaha memenuhi kriteria yang dipertimbangkan konsumen, jika hal ini diabaikan maka akan terjadi *gap* (ekspektasi) antar konsumen.



Gambar 1.1 Data Perbandingan Pengunjung Cafe Welijo dan 2 Cafe lain di Kab. Lamongan (April-Sept 2021)

Sumber: Data Primer Diolah, 2021



Gambar 1.2 Data Pengunjung Cafe Welijo (April-Sept 2021)

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Dari Gambar 1.1 dapat menjadikan alasan pemilihan objek pada Cafe Welijo, karena Cafe Welijo memiliki jumlah pengunjung terbanyak pada bulan April-September 2021 sebanyak 34.916 pengunjung, Cafe X 29.548 pengunjung, dan

Cafe Z 31.964 pengunjung. Data tersebut diambil dikarenakan ke tiga *Cafe* tersebut memiliki kisaran harga yang tidak jauh berbeda antara Rp.10.000-Rp.35.000.

Gambar 2.1 *Cafe Welijo* mengalami fluktuasi atau naik turunnya pengunjung yang terjadi pada bulan April-Agustus 2021. Hal itu terjadi disebabkan kualitas pelayanan yang diberi kurang baik terhadap konsumen. Feby (21th) menyampaikan bahwa terdapat salah satu pegawai *Cafe Welijo* yang tidak sopan serta pegawai memasang raut wajah yang tidak mengenakan. Zuni (21th) juga menyampaikan hal yang sama bahwa terdapat pegawai yang tidak sopan, mengantar pesanan lama, serta ada pegawai yang tidak murah senyum.

Untuk mengetahui mengapa *Cafe Welijo* memiliki banyak pengunjung daripada *cafe* lain dan mengalami fluktuasi atau naik turunnya pengunjung pada bulan April-September 2021 maka dilakukan penelitian mengenai persepsi harga dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sesuai dengan hasil penelitian Santi dan Anshari (2021:84) bahwa persepsi harga dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan hasil penelitian yang dilakukan Kristianti dan Rivai (2018:128) bahwa variabel kualitas layanan dan persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tidak baik akan membuat konsumen tidak nyaman serta malas berkunjung ke *café* tersebut. Begitupun kebalikannya, bila pelayanan *Café Welijo* terhadap konsumennya dirasa baik, tentunya para konsumen merasa nyaman. Pelayanan yang ramah, cekatan, serta memuaskan akan berdampak sangat baik bagi konsumen, mereka akan mempunyai *feel* yang mana menurut

mereka sangat diperhatikan dalam menjadi konsumen pada Café Welijo Lamongan. Pelaku bisnis *Cafe* harus berfikir kreatif dan inovatif untuk menarik para konsumen dan menimbulkan kepuasan pada konsumen. Kepuasan konsumen akan memberikan pengaruh penting terhadap pelaku usaha, apabila konsumen merasa puas, maka konsumen akan merasa senang dan akan melakukan pembelian ulang.

Harjati dan Venesia (2015:65) mendefinisikan kualitas layanan merupakan persepsi pelanggan atas komponen pelayanan sebuah produk serta faktor penting dalam mencapai kepuasan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Biasanya konsumen menilai puas atau tidak puas terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang mereka (konsumen) rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan. Kepuasan sebagai indikator dalam menilai pelanggan, mengantisipasi, memenuhi harapan pelanggan, memiliki kemampuan serta tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan. Bagi perusahaan, kualitas pelayanan menjadi suatu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Persepsi harga merupakan pandangan mengenai harga tentang bagaimana konsumen dalam memandang dengan maksud harga yang tinggi atau rendah mempunyai pengaruh kuat (Maimunah, 2019:58). Masing-masing konsumen memberi penilaian tidak sama, seperti dua orang konsumen memiliki pendapat berbeda konsumen pertama berpendapat bahwa harga minuman di *Cafe Welijo* murah sedangkan konsumen kedua berpendapat bahwa harga minuman di *Cafe Welijo* mahal. Harga yang relatif murah akan mendorong permintaan menjadi

meningkat begitu pula sebaliknya. Jika harga relatif mahal dan sebanding dengan kualitas maka akan memberi tingkat kepuasan (Rahman dan Rahmawati, 2020). Harga yang tinggi membentuk persepsi konsumen mengenai produk atau jasa tersebut berkualitas. Sementara itu, harga yang rendah dapat membentuk persepsi konsumen tidak percaya dan meragukan kualitas produk atau pelayanannya.

Oliver (dalam Barnes, 2003:64) kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan, yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menanyakan langsung kepada pelanggan, seberapa puas serta merekomendasikan kepada kawan atau kerabat, dan bisa menjadi pertimbangan utama dalam pembelian.

Kepuasan pelanggan ialah hal terpenting untuk diteliti, sebab hal ini artinya salah satu alasan pelanggan merasa puas. Bila kinerja yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa tidak puas sebagai akibatnya mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau bahkan tidak merekomendasikan pada konsumen lain dan dampaknya akan merugikan pelaku usaha itu sendiri. Hal tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan bisa memberikan beberapa manfaat, antara lain korelasi antara pelaku usaha serta pelanggan menjadi serasi.

Berdasarkan penjabaran mengenai persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, peneliti mengambil studi kasus di pusat kota Kabupaten Lamongan tepatnya di JL. KH. Ahmad Dahlan 52, Lamongan. Dan peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut di Cafe Welijo Lamongan dengan judul

“Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Cafe Welijo Lamongan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti adalah:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe Welijo Lamongan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe Welijo Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga pada kepuasan pelanggan Cafe Welijo Lamongan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Cafe Welijo Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada akademisi. Secara khusus, diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangsih bagi penelitian yang berkaitan dengan persepsi harga dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Cafe.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi atau masukan bagi khalayak luas, baik itu bagi peneliti maupun masyarakat mengenai persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan sehingga masyarakat dapat mengetahui kualitas yang diberi Cafe tersebut.