

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perluasan di sektor makanan serta minuman terus mengalami peningkatan, menyikapi hal tersebut banyak pebisnis menghadapi perebutan konsumen dalam upaya menarik minat konsumen. Perebutan konsumen semakin ketat ini maka pebisnis dituntut untuk menyusun strategi atau pebisnis terus berinovasi untuk menciptakan sesuatu hal yang berbeda. Beradaptasi serta berinovasi sejalan dengan berkembangnya tren pada masa kini maka perusahaan akan mengikuti perkembangan bisnis dan tidak tersingkir dengan adanya tren seiring waktu. Sektor bisnis makanan dan minuman merupakan suatu usaha sangat menjanjikan seiring dengan meningkatnya pola hidup dan gaya hidup masyarakat. Ketersediaan makanan dan minuman yang cepat akan memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya secara cepat dan mudah. Saat ini banyak perkembangan tren bisnis sangat menjanjikan dibidang industri makanan dan minuman contohnya seperti kafe. Bisnis kafe dinilai menjadi peluang persaingan terbesar khususnya segi inovatif dalam menumbuhkan industri makanan dan minuman. Sektor bisnis ini sangat menjanjikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan gaya hidup masyarakat.

Kafe adalah salah satu tempat yang semakin berkembang pada beberapa tahun terakhir. Kedai kafe terus berkembang dan meningkat di mana pun bahkan sering dijumpai dengan mudah di Indonesia. Kedai kafe kini menjadi tempat yang menarik untuk sering diminati dan dikunjungi. Kini generasi yang paling aktif mengunjungi kafe ialah generasi Z dan generasi milenial, generasi tersebut sering ke kafe bukan sekedar tempat untuk menikmati sebuah makanan dan minuman melainkan kafe merupakan tempat nyaman untuk mengurangi tingkat beban dan stres bagi mereka serta untuk menjalani aktifitas mereka seperti bekerja, belajar atau mengerjakan tugas dan bertemu dengan teman. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena mencerminkan perubahan gaya hidup, pola konsumsi dan kebutuhan akan ruang publik yang nyaman dan produktif. *Coffee* senja sebagai salah satu industri cafe, *Coffee* Senja adalah kafe yang menyuguhkan indahnya pemandangan sore senja dengan penampakan persawahan disebelahnya ini menjadi hal yang unik untuk menarik pelanggan. Faktor krusial bagi keberlangsungan dan kesuksesan sebuah industri kafe yaitu kepuasan pelanggan.

Kotler & Keller (2016:177) kepuasan pelanggan merupakan pada respons emosional, baik berupa rasa senang maupun kecewa, yang muncul setelah seseorang membandingkan antara kinerja nyata dari suatu barang atau layanan dengan harapan yang dimilikinya. Pada *Coffee* Senja memiliki beberapa ulasan negatif di *google maps* terkait beberapa ulasan negatif

diantara lain permasalahan tentang kualitas pelayanan yang cukup lama serta suasana emosional yang cukup membuat pelanggan tidak nyaman. Pra survei membuktikan jika masalah tersebut sesuai dengan ulasan terkait. Hal ini menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak tercapai karena pelanggan tidak mendapatkan apa yang telah diekspetasikan, hal ini merujuk pada kesesuaian harapan. Tetapi ulasan lainnya memberikan ulasan yang baik seperti halnya rasa makanan dan minuman yang enak serta kualitas produk yang bagus. Apabila pelanggan tidak mendapatkan apa yang telah diharapkan maka pelanggan tidak puas, ini dapat menimbulkan citra buruk bagi perusahaan. Dalam temuan penelitian oleh Setiyani dan Maskur (2022:708) kepuasan konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi harga, kualitas pelayanan, serta suasana kafe. *Coffee Senja* menyadari pentingnya kepuasan pelanggan dalam mencapai keunggulan kompetitif. Namun, menjaga kepuasan pelanggan bukanlah menjadi faktor yang mudah. Berbagai faktor dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap *Coffee Senja* salah satunya yaitu *atmosphere cafe* atau suasana kafe.

Berman dan Evan (2018:464), atmosfer toko merujuk pada elemen fisik yang dimiliki sebuah toko yang bertujuan membentuk kesan tertentu serta menarik minat konsumen. Hal ini menjadi elemen terpenting dari sebuah bisnis cafe, suasana kafe diyakini menjadi nilai poin atau pilar yang dapat mempengaruhi daya tarik generasi milenial untuk minat berkunjung. Suasana kafe menjadi faktor penting untuk menarik pelanggan untuk datang

ke sebuah kafe, jika suasana kafe memiliki konsep yang unik atau menarik maka pelanggan betah untuk berlama-lama disana. Hal ini juga berkaitan dengan suasana kafe di *Coffee Senja*, dimana kurangnya karakteristik suasana kafe yang diberikan. Beberapa elemen nampaknya sudah rusak atau kotor karena tidak adanya perawatan dari pegawai yang bekerja disana kafe seperti informasi serta gambar atau poster dan pajangan. Nama sebuah usaha menjadi elemen penting dalam tahap awal pembangunan usaha, pada *Coffee Senja* tidak menampilkan sebuah nama usaha dari depan kafe karena disebabkan oleh nama yang tercantum pada depan kafe telah rusak atau hilang, sehingga pelanggan mengalami kesusahan dalam mengetahui nama dari usaha kafe tersebut. *Coffee senja* harus memperhatikan komponen penting ini untuk menjaga pelanggan agar mereka datang kembali.

Variabel lain yang bisa berdampak pada kepuasan pelanggan yaitu persepsi harga. Indrasari (2019:37) menjelaskan harga merupakan nilai dari suatu produk atau jasa yang dinyatakan dalam sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh kombinasi tertentu dari produk atau jasa tersebut. Harga menjadi faktor krusial pelanggan untuk menentukan suatu produk yang akan dibeli. Terkadang harga yang diberikan kepada suatu produk tidak sejalan dengan mutu produk yang ditawarkan, maka hal tersebut mampu menyebabkan pelanggan membandingkan harga yang ditawarkan dengan pesaingnya. *Coffee Senja* menawarkan harga produk yang lebih tinggi dibanding pesaing disekitarnya, hal ini ada beberapa pelanggan membedakan dari segi harga

namun kualitas produk yang ditawarkan oleh *Coffee Senja* jelas berbeda dari pesaingnya. Pelanggan yang pernah berkunjung ke *Coffee Senja* terkadang mengeluhkan terkait harga yang terpaut mahal dengan produk yang ditawarkan di *Coffee Senja* dibandingkan dengan pesaing disekitarnya.

Pelayanan menjadi elemen kunci mencapai kepuasan konsumen. Tjiptono (2016:59) menyatakan kualitas pelayanan ialah sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengelolaan terhadap keunggulan tersebut guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan faktor kritis menentukan kepuasan konsumen dan keberlanjutan bisnis kafe. Kualitas pelayanan jadi salah satu hal faktor bisa memengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan bagus cenderung meningkatkan rasa puas kepada konsumen, karena konsumen merasa layanan diberikan oleh pegawai terasa pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Ketidaksesuaian dalam menangani pelanggan karena kurangnya kemampuan pegawai menyampaikan layanan konsisten, cermat, dan selaras dari ditawarkan kepada pelanggan. Kejadian tersebut terjadi di *Coffee Senja* yang mengalami kurangnya kemampuan pegawai dalam melayani pelanggan, Menunjukkan adanya pelanggan yang menunggu pesanan yang cukup lama padahal kondisi disekitar tidak ramai pelanggan, sering kali pegawai *Coffee Senja* melakukan kesalahan dalam pemberian pesanan yang tidak sesuai dengan pesanan yang telah dipesan oleh konsumen. Pegawai *Coffee Senja* terdapat kurangnya keramahan dalam melayani pelanggan pada saat memesan serta dalam mengantarkan sebuah pesanan yang cukup

kurang dalam berekspresi yang ramah kepada pelanggan. Sehingga pelanggan menilai layanan yang diterima berbeda yang telah diekspetasikan.

Berdasarkan kondisi masalah yang dijabarkan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti penelitian di *Coffee Senja Grati* Kabupaten Pasuruan. Hal ini dapat berpotensi membantu perkembangan *Coffee Senja* ke depannya dengan judul “Pengaruh *Atmosphere Cafe*, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Senja Grati* Kabupaten Pasuruan”

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada penjabaran sebelumnya, maka masalah penelitian dapat dikaji yaitu:

1. Apakah *atmosphere cafe*, persepsi harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*?
2. Apakah *atmosphere cafe* dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*?
3. Apakah *atmosphere cafe* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*?
4. Apakah persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*?

5. Apakah *atmosphere cafe*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan dalam rangka memahami permasalahan sebelumnya sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *atmosphere cafe*, persepsi harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*.
2. Mengetahui pengaruh *atmosphere cafe* dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*.
3. Mengetahui *atmosphere cafe* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*.
4. Mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*.
5. Mengetahui *atmosphere cafe*, persepsi harga dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *Coffee Senja Grati*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Peneliti menerapkan ilmu yang telah dipelajari dalam bidang pemasaran dan memperoleh nilai tambah dalam bentuk pemahaman baru dan pandangan yang lebih mendalam, khususnya pada saat melakukan penelitian pada masalah yang berkaitan dengan objek

penelitian, serta saat melakukan penelitian dilapangan secara langsung dan sebagai syarat kelulusan peniliti.

2. Bagi Universitas

Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan serta mengimplementasikan media pembelajaran secara lebih optimal. Selain itu, temuan yang diperoleh turut memberikan kontribusi terhadap penguatan keilmuan, khususnya dalam ranah manajemen.

3. Bagi Perusahaan (*Coffee Senja*)

Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan evaluasi manajemen pada *Coffee Senja Grati* sehingga dapat memberikan kontribusi pengamatan mengenai hubungan *atmosphere cafe*, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian diharapkan menjadi sebuah informasi bagi pihak pemilik usaha *Coffee Senja* tentang untuk memperhatikan elemen pada perusahaan serta pihak yang terkait menjalani bisnis tersebut. Sehingga dapat merasa konsumen terasa nyaman, tenang, terjangkau serta senang telah ditawarkan pada bisnis tersebut sehingga mendapatkan hasil yang optimal atau memuaskan bagi perusahaan atau pemilik bisnis.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki tujuan guna memberikan literasi terhadap peneliti selanjutnya supaya lebih dikembangkan dari segi variabel

lainnya untuk pengembangan wawasan serta pengembangan penelitian sebelumnya.

