

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mengonsumsi kopi telah menjadi salah satu kebutuhan dan gaya hidup (*life style*) masyarakat saat ini. *Coffee Shop* menjadi tujuan yang sangat diminati terutama dikalangan anak muda untuk sekedar bersantai atau berkumpul dengan teman. Kalangan pebisnis pun sering menghabiskan waktunya di *Coffee Shop* untuk membahas rencana bisnisnya atau untuk bertemu dengan rekan kerjanya. Hal ini membuat para wiraswasta tertarik untuk membuka usaha *Coffee Shop* dan persaingan semakin ketat. Pengelolaan *Coffee Shop* dituntut untuk lebih tanggap mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan, keinginan serta selera konsumen di masa sekarang dan di masa akan datang. Hal ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh Wulandari (2012) yaitu ada persaingan yang semakin ketat harus membuat individu tanggap akan kebutuhan, keinginan dan selera konsumen.

Selain peluang restoran dan cafe semakin besar, semakin besar juga persaingan yang mengancam keberadaan sebuah restoran atau cafe sehingga untuk dapat bersaing dan bertahan didalam pasar maka perusahaan harus peka akan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumennya sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen. Hal ini karena memberikan layanan ke semua orang akan membuat dampak psikologis yang baik terhadap individu atau konsumen. Konsumen adalah nyawa dari setiap bisnis yang dibangun, bisnis tidak akan bisa tumbuh dengan besar tanpa adanya dukungan dan dorongan dari konsumen yang mempercayakan kebutuhan mereka kepada bisnis tersebut.

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan konsumennya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan. Konsumen yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merk pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga. Menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani konsumen ini dibandingkan konsumen baru karena transaksinya bersifat rutin (Kotler, 2009).

Faktor penentuan dalam kepuasan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Lupiyoadi, 2013). Persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk ke dalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan. Begitu pula dengan persepsi para konsumen pasti berbeda-beda pula karena setiap konsumen dapat mempersepsikan setelah mereka merasakan atau mendapatkan jasa / kualitas pelayanan.

Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan konsumen sebagai penerima pelayanan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan oleh si penerima sebagai konsumen, sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan buruk.

Bisnis *coffee shop* di Kawasan kota solo berkembang begitu cepat, karena dengan berkembangnya jumlah penduduk maka kebutuhan dan daya beli masyarakat semakin meningkat. Kondisi inilah yang menjadikan bisnis *coffee shop* menjadi

berkembang pesat. Semakin banyaknya usaha *coffee shop* ditengah masyarakat mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat dalam menarik konsumen baru maupun mempertahankan konsumen lama. Tentunya produk dan layanan yang baik akan mempengaruhi tingkat kepuasan para konsumen, dan jika produk dan layanan tidak diperhatikan maka tingkat kepuasan konsumen akan buruk. Konsumen merupakan pihak yang memegang peranan penting dalam menilai kualitas.

Persaingan bisnis yang semakin ketat di bidang *Coffee Shop* terutama di Kawasan kota Solo, maka *Coffee Shop* harus bisa mempertahankan usaha beserta konsumennya. Usaha yang dapat dilakukan *Coffee Shop* adalah dengan meningkatkan kualitas menu, membuat inovasi menu baru, dan juga dengan meningkatkan kualitas pelayanan pada karyawan untuk senantiasa memberi kepuasan kepada konsumennya. Hal tersebut juga dilakukan oleh Satu Tujuan *Coffee & Bistro*, salah satu *Coffee Shop* yang ada di Kawasan kota solo . Banyak kedai kopi unik dan menarik di Solo, Satu Tujuan *Coffee and Bistro* adalah salah satu kedai kopi yang juga menawarkan hidangan lain seperti *main course dan pastry*.

Coffee shop Satu Tujuan *Coffee & Bistro* telah berupaya dalam memberikan pelayanan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, akan tetapi dalam perjalanannya beberapa kali mendapat keluhan dari konsumen akan pelayanan yang kurang sesuai dengan harapan konsumen, tampaknya hal tersebut menjadi kendala yang sepenuhnya belum dapat diatasi oleh *Coffee shop* Satu Tujuan *Coffee & Bistro* Satu Tujuan *Coffee & Bistro*. Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian dengan *manager* Satu Tujuan *Coffee & Bistro* pada tanggal 1 April 2021 , dikatakan bahwa “*pernah ada teguran dari konsumen mengenai pelayanan karyawan yang kurang memuaskan mungkin karena karyawannya tersebut adalah karyawan baru*” Semakin banyaknya konsumen namun tidak dibarengi dengan kualitas pelayanan yang diberikan belum

sebanding dengan kepuasan terhadap konsumen. Berdasarkan keluhan tersebut pihak *Coffe shop* Satu Tujuan *Coffee & Bistro* harus terus berupaya menangani hal tersebut agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan fenomena di lapangan peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan Satu Tujuan *Coffee & Bistro*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada uraian di atas, penulis tertarik untuk menganalisis mengenai bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan satu tujuan *Coffee & Bistro* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan Satu Tujuan *Coffee & Bistro*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu.

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan Satu Tujuan *Coffee & Bistro*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti serta salah satu prasyarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan informasi bagi pihak yang berkepentingan khususnya Satu Tujuan *Coffee & Bistro* dalam usaha pencapaian kepuasan Konsumen dengan memperhatikan kualitas pelayanan

c. Bagi Universitas

Dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti di masa yang akan datang yang mengambil topik yang sama dengan penelitian ini.

1.5 Keaslian Penelitian

Tabel 1.1
Keaslian Penelitian

No	Nama peneliti & Tahun	Judul	Variabel	Analisis	Hasil
1	Mayreyna Nurwardani (2013)	Hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensitas penggunaan kartu prabayar	Kepuasan dan intensitas	Korelasi <i>Product Moment</i>	Hasil yang diperoleh tidak ada hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensitas pengguna kartu prabayar.
2	Penelitian Darwin, (2014)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indoneisa-Surabaya	Kualitas Layanan, Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas	Analisis SEM	kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas
3	Jimanto dan Kunto. (2014)	Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening	Service Quality, Customer Satisfaction dan Loyalitas	Path Analisis	Customer satisfaction tidak berpengaruh terhadap customer loyalty. Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction dan service quality berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty

		Pada Ritel Bisokop The Premiere Surabaya			
5	Suratno, Fathoni dan Haryono (2016)	Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pelabuhan Indonesia III Semarang	Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan	Regresi Linear Berganda	Terdapat Pengaruh Positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kaulitas pelayanan terhadap kepuasan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas dan Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kaulitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
6	Setiawan, Minarsih dan Fathoni (2016)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan dan Loyalitas		Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia
7	Jati Pramono, Arundati Shinta dan Fx. Wahyu Widiantoro (2018)	Perbedaan Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan PT. X Yogyakarta Pada Nasabah Desa dan Nasabah Kota	Kepuasan dan Kaulitas Pelayanan		Hasil penelitian diketahui ada perbedaan yang signifikan mengenai kualitas kepuasan pelayanan antara nasabah desa dan kota. Nasabah desa merasa lebih puas terhadap

					pelayanan PT. X di Yogyakarta, daripada nasabah kota.
--	--	--	--	--	---

Tabel 1.2
persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu
dengan penelitian sekarang

No	Nama peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Yanto dan Agus Fitri, 2010	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Kereta api di Kabupaten Purworejo.	Menggunakan Kepuasan sebagai variabel intervening. Menggunakan analisis path.	Peneliti terdahulu menggunakan variabel dimensi kualitas layanan dalam penelitiannya sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan variabel Kualitas Layanan.
2	Irawan Deny dan Japariant o Edwin, 2013	Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya.	Menggunakan Kepuasan sebagai variabel intervening.	Penelitian terdahulu menggunakan analisis sem sedangkan penelitian sekarang menggunakan analisis path.
3	Woro Mardika wati dan Naili	Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap	Menggunakan Kepuasan sebagai variabel intervening.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel nilai

	Farida tahun 2013	Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap).	Menggunakan analisis path.	pelanggan dan kualitas layanan sebagai variabel dependen sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan variabel kualitas layanan sebagai variabel dependen.
4	Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, Ni Nyoman Kerti Yasa dan Putu Gde Sukaatmadja tahun 2014	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. BPR Hoki di Kabupaten Tabanan.	Menggunakan Kepuasan sebagai variabel intervening.	Penelitian terdahulu menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan Analisis path.
5	Penelitian Darwin, 2014	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indoneisa-Surabaya.	Menggunakan Kepuasan sebagai variabel intervening.	Penelitian terdahulu menggunakan Analisis SEM sedangkan penelitian sekarang menggunakan analisis path. Penelitian terdahulu menggunakan variabel kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel

				intervening sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan variabel Kepuasan sebagai variabel intervening.
6	Jimanto dan Kunto, 2014	Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bisokop The Premiere Surabaya	Menggunakan Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Menggunakan analisis path.	Peneliti terdahulu menggunakan variabel dimensi kualitas layanan dalam penelitiannya sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan variabel Kualitas Layanan
7	Suratno, Fathoni dan Haryono (2016)	Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pelabuhan Indonesia III Semarang.	Menggunakan Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Menggunakan analisis path.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan pelanggan sebagai variabel dependen sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan variabel Kualitas Layanan sebagai variabel dependen.

8	Setiawan , Minarsih dan Fathoni (2016)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	Menggunakan Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.	<p>Penelitian terdahulu menggunakan variabel Kualitas produk, Kualitas layanan dan Kepercayaan sebagai variabel dependen sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan variabel Kualitas Layanan sebagai variabel dependen.</p> <p>Penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi linier berganda sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan analisis path.</p>
---	---	---	---	--