

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan di era globalisasi menuntut setiap pelaku usaha untuk berkembang dalam hal persaingan bisnis yang semakin ketat dan permintaan konsumen pun semakin bermacam-macam. Dengan kebutuhan dan keinginan yang terbatas inilah dapat menciptakan pola pikir masyarakat. Indonesia mengalami pertumbuhan usaha dibidang industri minuman dan makanan yang saat ini semakin maju. Setiap pelaku usaha dituntut untuk memaksimalkan kinerjanya agar dapat bersaing dengan para pebisnis lainnya. Tidak hanya restoran dan *food street* saja, persaingan yang sangat kompetitif ini bisa dilihat dari banyaknya usaha kafe yang kini semakin menjamur di setiap kota. Tak heran apabila bisnis kafe saat ini banyak diminati oleh para pelaku usaha, selain faktor gaya hidup masyarakat *modern* yang saat ini memiliki mobilitas serta tingkat konsumtif yang tinggi, kafe menjadi solusi untuk tempat *refreshing* dan bersantai ditengah kesibukan mereka.

Bisnis kafe adalah salah satu bisnis yang berkembang pesat meskipun berada pada masa kritis. Alasan bisnis kafe muncul di Indonesia karena adanya peluang pasar, para pelaku bisnis mengetahui segmen mana yang sesuai terhadap kafe yang mereka dirikan untuk saling berkompetisi dalam memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan. Kafe baru maupun kafe yang sudah lama berdiri berusaha untuk menawarkan segala aspek yang menunjang supaya bisa diterima dengan baik oleh pelanggan yang tentunya dapat meningkatkan oposisi guna menarik pembeli sebanyak-banyaknya. Para pelaku usaha kafe dituntut untuk mempertahankan konsep dan manajemen bisnis yang baik demi kemajuan kafe.

Hal tersebut diimbangi dengan menawarkan varian menu yang baru, spesial, unik dan bermacam-macam serta adanya pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk-produk kafe. Upaya tersebut dilakukan sebagai acuan dalam mendorong tekad para pelaku usaha kafe untuk terus mempertahankan kualitas dan mengembangkan ide kreatifitas serta inovasi yang memiliki nilai keunikan maupun ciri khas tersendiri guna menarik minat pelanggan untuk berkunjung kembali menggunakan produk atau layanan di kafe tersebut.

Pelanggan menjadi sumber utama dalam hal mengkonsumsi dan menggunakan suatu produk. Saat ini kebanyakan pelanggan lebih selektif dalam hal memilih kafe yang akan dikunjungi. Jika pelanggan menganggap kafe tidak bisa memberikan kepuasan, maka pelanggan akan sangat mudah meninggalkan kafe tersebut. Menurut Shabastian & Samuel (2013) seiring dengan adanya perkembangan zaman, manusia memiliki pilihan yang beragam untuk mengisi waktu luangnya. Hal tersebut hampir dilakukan oleh remaja maupun dewasa. Mereka lebih memilih tempat yang memiliki sarana dan prasarana yang tersedia yang kemudian merealisasikan sebagai tempat *basecamp* atau tempat berkumpul. Fasilitas juga berperan dalam mendapatkan dan menjadikan pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Dengan harga yang sama serta adanya kelengkapan fasilitas yang disediakan maka pelanggan akan merasa puas dan mereka akan terus memilih tempat tersebut sebagai prioritas berdasarkan kesan yang diperoleh.

Penerapan *design* interior yang kekinian dapat memberikan suasana menyenangkan dan memberikan pengalaman tersendiri terhadap pelanggan yang berkunjung. Dalam menghadapi persaingan pelaku bisnis harus mempersiapkan

strategi untuk memenangkan persaingan dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan. Oleh sebab itu pemilik kafe harus berupaya membuat bisnis kafe tersebut menjadi yang terdepan di bandingkan yang lain. Kepopuleran suatu cafe di imbangi dengan kualitas pelayanan yang baik, harga yang terjangkau dan lokasi yang strategis. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur suatu perusahaan dalam menjalankan perkembangan. Tentunya dalam menjalankan bisnis kafe harus memperhatikan kepuasan pelanggannya. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul akibat membandingkan hasil produk terhadap harapan mereka (Kotler,2009). Dengan memberikan dan meningkatkan kepuasan maka akan mendorong pelanggan untuk tetap loyal dalam waktu lama dan melakukan pembelian produk maupun jasa yang digunakan secara berulang. Namun, jika konsumen merasa kecewa dapat memberikan pengaruh yang negatif yaitu berkurangnya jumlah konsumen yang berkunjung yang tentunya dapat mempengaruhi terhadap penurunan laba.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan hal yang terpenting untuk memenangkan persaingan. Tingkat kepuasan pelanggan didasarkan pada upaya untuk mempersempit keadaan yang diinginkan. Danang Sunyoto (2017) menyatakan dengan adanya tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang disebabkan adanya peningkatan pelanggan dan meningkatkan efektivitas iklan serta reputasi bisnis. Hal yang harus dilakukan untuk memberikan kepuasan ialah dengan memberikan kualitas pelayanan yang

baik sehingga dapat memberikan dampak terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Perspektif jangka panjang dalam hal menjanjikan kualitas dan memberikan pelayanan dapat membina hubungan baik terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan *profit strategy* dalam menciptakan keunggulan dan menghindari beralihnya pelanggan. Abdullah dan Tantri (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dan karakteristik barang maupun jasa yang berpengaruh terhadap kemampuan guna memuaskan kebutuhan yang terikat maupun tidak. Kualitas pelayanan diketahui dengan membandingkan kesan para pelanggan atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Jadi, baik maupun buruknya kualitas pelayanan yang diberikan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam mewujudkan harapan pelanggan yang sesuai. Dalam memberikan kualitas pelayanan, sikap dan pelayanan merupakan dimensi penting dalam menghasilkan kualitas jasa yang dihasilkan. Jika dimensi tersebut tidak diterapkan dan sengaja untuk dilupakan dalam waktu yang lama maka pemilik usaha akan kehilangan konsumen maupun pelanggannya.

Kotler (2011) menyatakan bahwa harga adalah salah satu komponen yang paling fleksibel yang dapat diganti dengan cepat dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga merupakan faktor yang penting karena harga menjadi bukti dalam waktu jangka panjang suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) harga merupakan jumlah uang yang diminta untuk produk maupun jasa. Sedangkan konsumen mendefinisikan harga sebagai pertimbangan saat membeli karena harga memiliki pengaruh terhadap tanggapan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam penetapan harga, suatu usaha

harus mencerminkan kualitas kepada pelanggan dan bukan hanya sekedar mencari keuntungan. Harga yang ditetapkan haruslah sesuai apabila harga yang ditetapkan terlalu mahal tentunya akan membuat pelanggan beralih ke perusahaan lain. Jadi, supaya harga tidak terlalu tinggi maupun rendah, pelaku usaha harus selalu meninjau harga yang ditetapkan oleh kompetitor lainnya.

Faktor penting lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah lokasi. Karena lokasi dapat menjadi suatu pertimbangan konsumen atau pelanggan dalam keputusan pembelian. Keputusan tersebut sangat bergantung terhadap persaingan iklim politik, potensi pertumbuhan ekonomis, dan kemantapan. Maka dari itu, pemilihan lokasi yang strategis dan nyaman menjadi asset perusahaan menyangkut kemudahan pelanggan untuk mendapatkan produk maupun jasa. Lokasi juga mempunyai peranan penting dalam terjadinya proses transaksi antara penjual dan pembeli dimana arus uang mengalir dan adanya negosiasi. Basus Swastha (2013) menyatakan lokasi sebagai tempat aktivitas suatu usaha. Komponen lokasi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dengan adanya lokasi yang mudah dijangkau, lokasi yang aman dan nyaman, lokasi usaha yang mudah diakses oleh transportasi dan tersediannya fasilitas yang mendukung.

Fenomena berkembangnya bisnis kafe juga terdapat di Ponorogo. Banyak sekali usaha-usaha yang hampir setara dengan kafe seperti kedai hingga bar. Beberapa tempat tersebut terkesan hidup dan mati karena persaingan di Ponorogo sendiri semakin ketat. Dari persaingan tersebut peluang bisnis kafe itu pun banyak bermunculan. Setiap usaha tersebut memiliki standar kualitas pelayanan, penetapan harga, dan pemilihan lokasi yang berbeda yang menunjang untuk menarik pelanggan untuk berkunjung. Banyaknya variasi menu yang ditawarkan

akan menentukan keputusan pelanggan dalam memilih kafe mana yang akan dikunjungi. Hal ini menjadi daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian yang akan di fokuskan kepada salah satu usaha kafe yang ada di ponorogo yaitu Warcet Mas Gimbal.

Warcet merupakan singkatan dari “Warung Cetot”. Istilah Warung Cetot sendiri merupakan nama yang diambil untuk mengenalkan usahanya tersebut dengan merubah stigma negatif ke positif. Pemilik usaha berfikir bahwa istilah – istilah yang negatif cenderung di ingat oleh masyarakat khususnya anak muda. Berawal dari usaha angkringan pinggir jalan kini Warcet Mas Gimbal mengembangkan usahanya dengan memodifikasi angkringan tersebut menjadi kafe yang kekinian dan *instagramable* yang memiliki konsep dengan suasana di Yogyakarta dengan memadupadankan menu- menu tradisional jawa dan *modern*.

Usaha kafe Warcet Mas Gimbal terletak di Jl. Kh. Ahmad Dahlan No.43 Ponorogo. Pemilik kafe ini bernama Dwi Arfa Erik Fustaji atau biasa dikenal dengan nama Mas Gimbal yang memiliki gaya rambut gimbal seperti ciri khas dari anak – anak reggae. Hal itulah yang menjadikan suatu keunikan tersendiri dari kafe tersebut dan menjadikan usaha kafe Warcet Mas Gimbal ini semakin di kenal oleh masyarakat. Warcet Mas Gimbal menyediakan tata letak ruang *outdoor* serta *indoor* dengan menawarkan suasana klasik dan menarik ditambah dengan berbagai macam hiasan grafiti, foto-foto estetika serta adanya tanaman-tanaman hias yang juga menambah keindahan disetiap sudutnya. Dalam menunjang strategi pemasarannya Warcet Mas Gimbal ini selalu memberikan potongan harga, digital marketing dengan memanfaatkan *celebrity endorse* dan konten-konten kreator untuk menarik calon pembeli dan mengembangkan usahanya. Dalam menghadapi

persaingan pemilik Warcet Mas Gimbal cenderung lebih memperhatikan serta menjaga standar operasional prosedur (SOP) dan meningkatkan promosinya. Fasilitas yang disediakan di Warcet Mas Gimbal pun sangat menarik ada pertunjukan musik langsung (*Jamming Music*), musik mp3, hotspot Wi-Fi dan permainan uno yang tentunya akan menambah kenyamanan dan keseruan pelanggan saat berkunjung.

Menurut hasil wawancara dengan Muhammad Yustian selaku kasir atau karyawan tetap Warcet Mas Gimbal, jumlah pelanggan yang berkunjung di Warcet Mas Gimbal selama 3 bulan terakhir pada tahun 2020 mengalami penurunan pelanggan yaitu pada bulan Oktober sebesar 20%, November sebesar 15% dan Desember sebesar 10%. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adalah kepuasan. Komentar negatif dan positif yang terdapat di media social Warcet Mas Gimbal menjadi hal yang dipertimbangkan oleh pelanggan untuk tetap loyal dalam mengunjungi kafe tersebut. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah melakukan survey kepuasan pelanggan dengan memberikan kuesioner. Hal itu dilakukan agar memperoleh *feedback* secara langsung dari pelanggan. Kepuasan pelanggan akan sangat berpengaruh terhadap niat untuk melakukan pembelian ulang, loyalitas dan meningkatkan jumlah pelanggan yang berkunjung di Warcet Mas Gimbal. Selain itu terdapat faktor yang mempengaruhi diantaranya kualitas pelayanan, harga dan lokasi dengan begitu, perlu adanya pemahaman mengenai pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pengamatan peneliti terdapat beberapa fenomena yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan diantaranya, menurut beberapa pelanggan mengatakan kurang maksimalnya mengenai kualitas pelayanan yang diberikan

karena pelayanan yang dilakukan oleh karyawan Warcet Mas Gimbal dalam mengantar pesannya lambat dan sikap yang diberikan kurang ramah sehingga belum sesuai dengan harapan pelanggan. Hal itu tentunya dapat menurunkan jumlah pelanggan, mengingat sikap dan perilaku karyawan yang diberikan dalam melayani pelanggan merupakan faktor utama dalam terciptanya suatu kepuasan.

Permasalahan yang muncul selanjutnya adalah harga yang masih menjadi pertimbangan utama dalam mengkonsumsi suatu barang maupun jasa. Banyak sekali ulasan yang diberikan pada aplikasi Google Warcet Mas Gimbal Ponorogo mengenai harga yang diberikan terjangkau dan mengatakan hal sebaliknya. Berdasarkan pengamatan, peneliti menemukan permasalahan jika kurangnya informasi mengenai harga produk yang disediakan terutama harga produk makanan, sehingga pelanggan berasumsi bahwa produk yang disediakan belum memiliki label harga dan belum sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Hal tersebut membuat sebagian pelanggan masih mengira-ngira akan harga tersebut, jika produk sudah memiliki informasi harga yang tetap maka pelanggan bisa menyesuaikan untuk memilih produk mana yang akan dibeli.

Fenomena selanjutnya mengenai lokasi, hal tersebut sering dikeluhkan oleh pelanggan Warcet Mas Gimbal karena lahan parkir yang disediakan kurang luas dan hanya muat untuk kendaraan roda dua. Sedangkan untuk kendaraan roda empat hanya bisa parkir di pinggir jalan raya. Hal itu tentunya akan menyulitkan pelanggan yang akan mengunjungi Warcet Mas Gimbal mengingat akses jalan raya yang begitu ramai, perlu sekali memperhatikan keamanan dan kenyamanan mengenai masalah kendaraan.



Berdasarkan pemaparan permasalahan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Warcet Mas Gimbal Jl. Kh. Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo**”.

## **B. Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Warcet Mas Gimbal Jl.Kh. Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Warcet Mas Gimbal Jl.Kh. Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo ?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Warcet Mas Gimbal Jl.Kh. Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo ?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Warcet Mas Gimbal Jl.Kh. Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo ?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1) Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Warcet Mas Gimbal Jl. Kh. Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Warcet Mas Gimbal Jl. Kh. Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Warcet Mas Gimbal Jl. Kh. Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Warcet Mas Gimbal Jl. Kh. Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo

## 2) Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain, sebagai berikut :

### 1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan mahasiswa bisa menerapkan ilmu yang diperoleh selama di bangku perkuliahan untuk menghadapi kenyataan masalah yang terjadi dilapangan serta dapat bermanfaat guna melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan pendidikan

### 2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai pengembangan ilmu ekonomi manajemen serta pengembangan wawasan guna penyempurnaan penelitian

### 3. Bagi Pemilik Kafe Warcet Mas Gimbal

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan permintaan konsumen yang dijadikan sebagai perkembangan serta perencanaan untuk mengatasi masalah yang terjadi di kafe.

### 4. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dalam bidang manajemen pemasaran serta dapat dijadikan acuan untuk penelitian lebih lanjut