

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi telah membawa kemajuan serta perubahan dalam dunia bisnis kearah yang lebih modern. Hal tersebut sebagai bentuk adaptasi dunia usaha dalam mengimbangi kecanggihan teknologi dan perilaku konsumen yang cenderung kearah hedonis. Sehingga tak heran jika suatu bisnis kini tidak hanya berupaya memenuhi kebutuhan, akan tetapi juga bersaing memberikan nilai tambah demi kepuasan pelanggan.

Perusahaan berkeinginan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan menurut Nugroho dalam Purnomo Edwin Setyo (2017). Bagi perusahaan hal tersebut sangat penting bagi kelangsungan hidup mereka. Ketika konsumen merasa puas terhadap jasa pelayanan perusahaan, konsumen cenderung untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut dan menggunakan jasa kembali pada saat konsumen membutuhkan kebutuhan yang sama dikemudian hari. Maka kunci seorang konsumen untuk melakukan pembelian ulang dengan cara memberikan mereka kepuasan agar volume penjualan perusahaan bisa meningkat.

Kualitas dan kepuasan konsumen merupakan dua hal yang saling berkaitan. Kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang baik dengan pengusaha. Hubungan tersebut memberikan arahan kepada pengusaha untuk memenuhi keinginan konsumen serta harapan mereka, sehingga usaha yang dijalankan oleh pengusaha dapat meningkatkan

kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2009), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil suatu produk atau jasa yang dipikirkan dengan kinerja hasil yang diharapkan.

Adapun kepuasan konsumen dapat diwujudkan melalui faktor-faktor yang berhubungan atau dekat dengan konsumen itu sendiri. Salah satu faktor yang dimaksud, mampu memberikan kepuasan konsumen ialah *tangible*. *Tangible* merupakan usaha perusahaan untuk menunjukkan bukti fisik yang terbaik seperti meja, kursi dan *design layout*. Penataan kursi, meja dan tata ruang yang menarik serta efektif akan membentuk kesan dimata konsumen. Buktinya telah banyak cafe, tempat makan, tempat hiburan yang mengusung suatu tema atau konsep untuk menciptakan nilai tambah serta kepuasan konsumennya.

Selain konsep usaha, faktor penting yang dekat sekali dengan konsumen yaitu *responsiveness*. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Pelayanan cepat tanggap yang dimaksud disini seperti tanggap terhadap penanganan keluhan konsumen, tanggap terhadap pesanan konsumen serta tanggap dalam merespon permintaan konsumen. Karena kepuasan konsumen itu didasarkan atas persepsi konsumen, sehingga karyawan atau pemasar harus peka agar antara ekspektasi dan harapan seimbang.

Salah satu faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu *Tangible*. *Tangible* (Berwujud) yaitu bukti konkret kemampuan suatu

perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas hingga penampilan karyawan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006), kelengkapan sarana fisik yaitu kemampuan perusahaan untuk melengkapi kuantitas dan kualitas sarana pendukung kerja sehingga kualitas layanan tercapai.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu Lingkungan Fisik. Lingkungan fisik yaitu menurut Cockerill, Goode dan Berson (2008) lingkungan fisik perusahaan dapat dipakai sebagai salah satu petunjuk kualitas jasa dalam sebuah perusahaan. Selanjutnya dalam Bitner (1992) menyatakan bahwa lingkungan fisik yakni dibangun oleh perusahaan merefleksikan kualitas layanan perusahaan tersebut. Dampak lingkungan fisik terhadap pelanggan dapat bersifat psikologis, seperti suasana nyaman dan aman akan mempengaruhi pelanggan dalam mengonsumsi jasa tersebut. Bilamana tercipta suasana aman dan nyaman, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, ketidaknyamanan dan rasa aman dapat menyebabkan pelanggan memutuskan jasa untuk tidak mengonsumsi lagi.

Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Nor Hadi (2018), bahwa variabel *responsiveness* dan *Tangible* yang menurut kajian teoritis dapat menentukan tingkat kepuasan masyarakat dalam perspektif kualitas layanan terhadap konsumen. Sementara itu, menurut Nanang Tasunar (2006) bahwa kualitas dan kepuasan konsumen yang dikehendaki tidak sebatas pada faktor lingkungan fisik saja, akan tetapi kualitas jasa yang diterima. Hal ini merupakan aktifitas pendukung dari *responsiveness* dan *tangible* yang merupakan dimensi itu sendiri. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan

bahwa variabel *Tangibel*, *responsiveness*, dan lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Saat ini terdapat banyak cafe di Ponorogo yang memiliki ciri khas tersendiri dengan model yang berbeda-beda. Hal tersebut dipengaruhi oleh kebiasaan ngopi, ngobrol, dan diskusi di kalangan anak-anak muda di Ponorogo. Sehingga sudah menjadi rutinitas sehari-hari bagi kalangan anak muda berkumpul di cafe-cafe yang ada di sekitar Ponorogo. Fenomena tersebut tentu dimanfaatkan oleh para pembisnis untuk membuka cafe dengan keunikan dan keistimewaan tersendiri guna memenuhi ekspektasi konsumen, disisi lain model dan menu cafe disesuaikan dengan perkembangan zaman dan model yang diinginkan konsumen dalam hal ini anak muda. Oleh karena itu, pelaku bisnis cafe di Ponorogo dituntut untuk selalu memperhatikan dan mengembangkan strategi pemasaran kearah yang lebih kompetitif agar *survive* atau bahkan menguasai persaingan pasar cafe khususnya di wilayah Ponorogo.

Hal tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Otniel Felix (2020), bahwa maraknya usaha coffe shop di berbagai daerah menuntut pengusaha agar lebih memperhatikan kualitas dan kelebihan usaha yang dimilikinya. Hal tersebut bertujuan untuk dapat menarik minat konsumen dan dapat terus bersaing dengan berbagai bentuk dan tema coffe shop yang berbeda-beda. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pengusaha harus memperhatikan aspek *tangible*, *responsiveness*, *reliability* dan kualitas produk yang ditawarkan.

Cafe Barva merupakan salah satu cafe yang menciptakan keunikan interior cafe dimana cafe ini mendesain tempatnya dengan beragam barang-

barang bekas yang kemudian dijadikan hiasan dinding. Secara tidak langsung desain tersebut mencuri perhatian konsumen karena menilai hiasan tersebut sangat unik dan belum ada cafe lain di Ponorogo yang menyerupai desain seperti itu.

Disamping keunikan yang dimiliki cafe barva ini, berdasarkan hasil observasi sementara di Cafe Barva Ponorogo, peneliti menemukan beberapa keluhan dari pelanggan mengenai *tangible responsiveness* dan lingkungan fisik. Beberapa keluhan yang berkaitan dengan *tangible* diantaranya *layout*, *interior*, *exterior*, *lighting*. komponen-komponen tersebut diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen seperti kenyamanan, estetika dan kemudahan baik bagi pengunjung maupun karyawan dalam memberikan pelayanan. Keluhan lainnya diantaranya berkaitan dengan *responsiveness* dimana karyawan cafe barva ini tidak tanggap dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Keluhan terhadap lingkungan fisik kurang amannya area parkir sehingga konsumen was-was karena takut akan kehilangan. Jadi ketersediaan tempat parkir yang masih tergolong belum layak untuk dijadikan tempat parkir. Hal tersebutlah yang diduga munculnya keluhan pelanggan selama melakukan pembelian di cafe barva Ponorogo.

Disisi lain, para pelanggan cafe barva juga mengeluhkan untuk *layout* atau tata ruang meja kasir yang terletak di posisi belakang, sehingga apabila konsumen ingin berkunjung harus melewati pelanggan-pelanggan yang ada dikiri kanan. Berdasarkan permasalahan fenomena tersebut dan berbagai penjelasan para ahli dan hasil observasi di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Responsiveness,**

***Tangible* dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Barva Ponorogo”.**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe barva Ponorogo ?
2. Apakah *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe barva Ponorogo?
3. Apakah Lingkungan Fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe barva Ponorogo?
4. Apakah variabel *responsiveness*, *tangible*, dan lingkungan fisik berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen cafe barva Ponorogo?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a) Untuk mengetahui apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Barva Ponorogo.
 - b) Untuk mengetahui apakah *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe barva Ponorogo.
 - c) Untuk mengetahui apakah *lingkungan fisik* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Barva Ponorogo.
 - d) Untuk mengetahui *responsiveness*, *tangible*, dan lingkungan fisik berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cafe Barva Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 jenis, yaitu manfaat secara Teoristis dan Manfaat secara Praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a) Manfaat praktis

1) Bagi pembaca, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh dari *responsiveness*, *tangible*, dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen Cafe Barva Ponorogo. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian yang baru dengan menggunakan variabel yang berbeda.

2) Bagi Peneliti, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan sarana pengembangan ilmu mengenai pengaruh *responsiveness*, *tangible* dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen Cafe Barva Ponorogo karena peneliti bisa terjun langsung ke sebuah destinasi sehingga bisa lebih mendapat pengetahuan dan pengalaman tersebut.

b) Manfaat teoristis

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman untuk mengambil langkah dalam mengambil strategi atau kebijakan yang tepat untuk kedepannya yang berguna untuk keberlangsungan bisnis *coffe shop*. Sehingga kemudian dapat memberikan bukti empiris, khususnya mengenai pengaruh

responsiveness, tangible, dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen yang dapat memberikan informasi khususnya pada pihak pengelola Cafe Barva Ponorogo dalam upaya untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Sehingga usaha Cafe Barva Ponorogo ini dapat bersaing dan senantiasa eksis ditengah banyaknya model cafe yang ada di wilayah Ponorogo.

