

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini sangat pesat disebabkan semakin berkembang ide kreatif dan inovatif dari para pelaku usaha. Seiring dengan ide ini konsep pemasaran juga turut berkembang sehingga kegiatan pemasaran produk harus difokuskan pada pemuasan kebutuhan konsumen sehingga konsumen tetap loyal menggunakan produk perusahaan. Salah satu hal yang sangat menentukan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang baik kepada pelanggan atau konsumen.

Pemahaman atas kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tingkat kualitas layanan yang diberikan sehingga menimbulkan kesan yang baik bagi pelanggan. Dimana apabila terjadi ketimpangan berupa layanan yang diterima berada di bawah kualitas layanan yang diharapkan, maka pelanggan akan mengalami kekecewaan sehingga tidak mau menggunakan produk perusahaan pada masa akan datang.

Menurut Eshetie, dalam Seyoum dan Ali (2016:74) menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi alat ukur untuk menilai bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan dapat dibedakan dalam dua hal yaitu layanan yang baik dan layanan yang buruk. Kualitas pelayan ini suatu hal yang bersifat mutlak, melainkan bersifat fleksibel atau bebas dan dapat dirubah berdasarkan situasi dan kondisi. Perubahan yang terjadi tentunya berupa kualitas layanan yang lebih baik. Proses perubahan kualitas pelayan tersebut membutuhkan beberapa informasi yang dapat merubah hal tersebut lebih detail. Misalnya kritik dan saran, survei serta observasi kepada pelanggan yang dapat dijadikan sebagai umpan balik terhadap pelayan yang diberikan.

Oleh karena itu, persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Donkoh et al. (2012: 217) kualitas pelayanan mengenai seberapa besar pengetahuan mengenali pelanggannya dan mengatur para karyawan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan apa yang sudah dijanjikan kepada pelanggan. Untuk perlu adanya dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan sebuah usaha yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. dalam Alaan (2016: 258) terdapat beberapa dimensi mengenai kualitas pelayanan yang dapat digunakan untuk mengukur dan dikenal dengan SERVQUAL terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Dari sinilah dapat dilihat pendapat pelanggan mengenai kepuasan pelanggan atas layanan yang sudah diberikan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu bukti keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang, dimana keuntungan yang diperoleh perusahaan terjadi karena terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen tersebut melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Hal ini terjadi karena kondisi persaingan yang semakin ketat sehingga perusahaan harus mengerti benar akan kepuasan pelanggan. Pemahaman arti kepuasan pelanggan sangat menentukan bagi perusahaan dalam melakukan penyusunan strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama dalam meningkatkan kualitas layanan yang berikan kepada pelanggan.

Perusahaan memperoleh banyak manfaat dari tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga perputaran pelanggan dapat diminimalisasi, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasional yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatnya efektifitas iklan dan meningkatnya reputasi bisnis.

Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang sangat relatif dan subjektif terhadap sudut pandang masing-masing. Bisa dilihat ataupun dirasakan berdasarkan kualitas layanan yang sama, tetapi dengan pengalaman yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan dikarenakan konsumen mempunyai sifat psikologis yang berbeda terhadap situasi yang mereka hadapi. Oleh karena itu faktor-faktor tersebut bisa menjadi suatu alasan mengapa pelanggan mempunyai kepuasan yang berbeda-beda juga. Mengingat pengertian dari pelanggan mengenai kualitas layanan dapat bersifat subjektif, penelitian ini hanya akan membahas sampai ditahap kepuasan pelanggan dan membahas yang berkaitan dengan kualitas layanan.

Seiring dengan meningkatnya perkembangan dunia usaha kuliner, Kopi merupakan suatu tempat yang sukai oleh seluruh lapisan masyarakat. Kopi Yabie adalah salah satu Kopi yang terletak di daerah Medan Tembung dan menjadi pilihan bagi masyarakat terutama anak-anak muda yang ingin menghabiskan waktu bersama dengan teman-temannya. Harga yang terjangkau, lokasi yang strategis serta pelayan yang baik merupakan salah satu faktor pendukung Yabie Kopi sangat diminati oleh para anak muda. Harga yang disediakan oleh Yabie Kopi sangat bervariasi dan terjangkau.

Hal ini dapat dilihat dari realisasi target jumlah pengunjung yang datang ke Yabie Kopi dalam kurun waktu dua tahun 2021 sampai dengan 2022 yang dapat dilihat di Tabel 1.1.

Tabel 1. 1
Café Yabie Kopi Realisasi Target Jumlah Pelanggan
Periode 2021 – 2022

No.	Bulan	Tahun	Realisasi	%	Target (-)	Target
1	Januari	2021	603	60,3%	-397	1000
2	Febuari		582	58,2%	-418	1000
3	Maret		428	42,8%	-572	1000
4	April		321	32,1%	-629	1000
5	Mei		550	55%	-450	1000
6	Juni		639	63,9%	-361	1000
7	Juli		709	70,9%	-291	1000
8	Agustus		903	90,3%	-97	1000
9	September		1037	103,78%	37	1000
10	Oktober		1105	110,5%	105	1000
11	November		1254	125,4%	254	1000
12	Desember		1268	126,8%	268	1000
13	Januari	2022	1100	110%	100	1000
14	Februari		987	98,7%	-13	1000
15	Maret		993	99,3%	-7	1000
16	April		896	89,6%	-104	1000
17	Mei		1003	100,3%	3	1000
18	Juni		974	97,4%	-26	1000
19	Juli		889	88,9%	-111	1000
20	Agustus		973	97,3%	-27	1000
21	September		733	73,3%	-267	1000
22	Oktober		870	87%	-130	1000
23	November		880	88%	-120	1000
24	Desember		1090	100,8%	90	1000
TOTAL			20.787		- 3213	24000

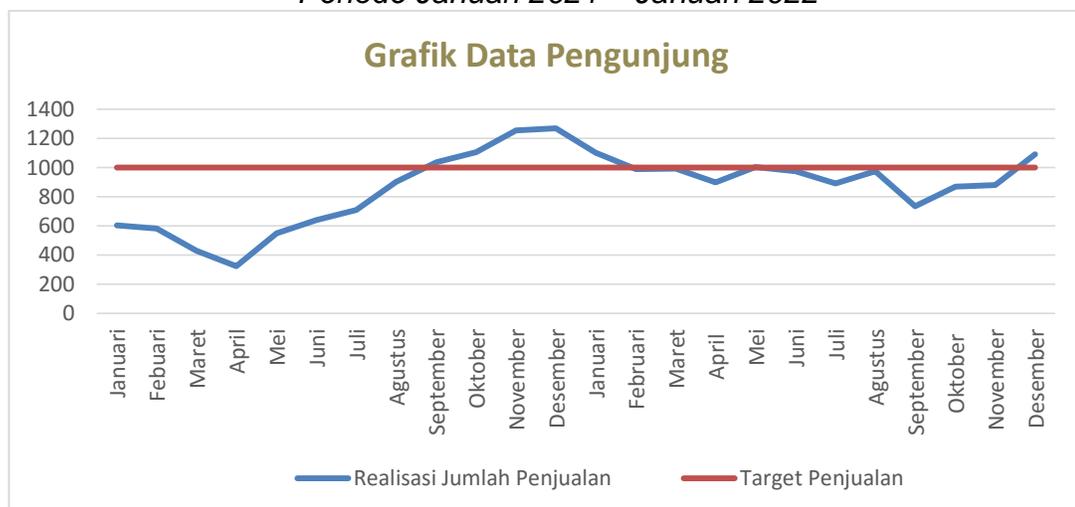
Sumber: Yabie Kopi 2021/2022

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan Yabie Kopi terlihat dari 24 bulan pertumbuhan pengunjung di awal tahun 2021 januari sampai dengan tahun 2022 desember belum memenuhi target penjualan dari target pengunjung 1000 per bulannya hanya 35% rata-rata target yang tercapai, sementara dari bulan september 2021 sampai dengan desember 2022 jumlah pengunjung mengalami fluktuasi dimana ada 7 bulan target pengunjung tercapai dan selebihnya hanya mendekati dari target jumlah pengunjung di Yabie Kopi. Dari hitungan global jumlah keseluruhan dari januari 2021 – desember 2022 dari 24.000 target pengunjung yang tercapai hanya 20.787, dari data di atas menjadi pertanyaan yang besar mengapa bisa target dari pengunjung tidak pernah menunjukkan hasil yang sangat signifikan dan dapat melampau jauh dari target yang sudah di tetapkan, dari data di atas merupakan suatu

acuan bagi Café Yabie Kopi untuk harus berinovasi lebih baik lagi dalam hal layanan untuk mencapai kepuasan pelanggan guna meningkatkan jumlah pelanggan yang berkunjung ke Café Yabie Kopi sehingga taret dari perusahaan dapat terpenuhi.

Yabie Kopi sebagai salah satu usaha dibidang kuliner mempunyai produk tidak hanya minuman kopi, tetapi mereka juga menyediakan makanan sebagai pilihan produk yang lebih bervariasi serta opsi bagi para pelanggan yang ingin menikmati produk mereka lebih banyak. Hal ini menunjang inovasi dari Yabie Kopi dalam memberikan pelayan terbaik sehingga para pelanggan dapat terpuaskan dan menciptakan loyalitas. Jenis pelanggan yang datang ke Yabie Kopi juga bervariasi dari anak muda sampai dengan orang tua. Walaupun target utama Yabie Kopi adalah anak muda, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan yang datang juga bisa datang dari kalangan yang lebih tua. Untuk data yang lebih detail dapat dilihat dari data berikut:

Gambar 1 1 Grafik Realisasi Target Jumlah Pelanggan Café Yabie Kopi Periode Januari 2021 – Januari 2022



Sumber: Grafik Realisasi Target Jumlah Pelangan Yabie Café Jl. Tuamang No. 2A

Dari data diatas dapat kita lihat di tahun 2021 bahwa minat para pelanggan untuk datang ke Yabie Kopi tidak terlalu baik di awal tahun hingga ke pertengahan tahun, hal ini karena Yabie Kopi masih fokus dalam proses pengenalan kepada pelanggan sehingga jumlah kunjungan tidak terlalu bergerak signifikan, sedangkan data pengunjung di tahun 2022 juga tidak ada data pengunjung yang sangat memuaskan atau melampaui dari target yang di patokkan oleh pemilik usaha. Perkembangan Yabie Kopi kita lihat dimulai dari September dimana Café Yabie Kopi telah melakukan suatu perubahan dalam hal pelayanan kepada pelanggan serta beberapa inovasi produk mereka sehingga meningkatkan jumlah pengunjung yang

datang ke Café Yabie Kopi, hal ini juga dapat dikaitkan dengan kepuasan yang didapat dari pelanggan lebih tinggi dibanding bulan sebelumnya. Kepuasan tersebut dapat kita lihat hasilnya dari bulan Oktober yang dimana minat kunjung semakin naik hingga akhir periode oleh Café Yabie Kopi sangat memuaskan.

Hal ini berbanding terbalik jika dilihat dari ulasan pengunjung yang berada di google place yang dimiliki yabie kopi, disana dapat dilihat bahwa pengunjung yang memberikan komentar penilaian positif terhadap pengalaman yang mereka dapatkan setelah berkunjung di yabie kopi, dimana dapat kita lihat mereka memberikan rating rata-rata 4,9 yang artinya ini adalah nilai yang baik untuk sebuah café. Untuk melihat data lebih jelas dapat di lihat sebagai berikut:



Gambar 1.2 Ulasan pelanggan yang pernah berkunjung di Yabie Kopi

Suasana Café menjadi salah satu fasilitas yang menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke Yabie Kopi dan melakukan pembelian. Tata ruang dan kelayakan layanan dan sajian menjadikan nilai tambah dalam bisnis kuliner. Adapun fasilitas yang dimiliki dari Cafe Yabie Kopi ialah tempat duduk dan meja yang bervariasi, mulai dari meja batu dan bangku, meja yang bermotif, selain itu Yabie Kopi memiliki Mushola dan kamar mandi yang layak, dan fasilitas dalam pengelolaan menu, selain itu Yabie Kopi memiliki tempat yang estetik dan elegan dalam tampilan luar dan juga tampilan dalam.

Peneliti dalam melakukan penelitian ini fokus terhadap penelitian yang bersangkutan terhadap kualitas layanan yang diberikan Café Yabie Kopi terhadap kepuasan pelanggan, dan semua aspek penelitian ini di ambil dengan data pelanggan yang pernah singgah dan membeli di Yabie Kopi. Penelitian ini bertujuan mencari kualitas layanan apa yang pantas di terapkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Yabie Café Jl. Tuamang No.**

2A)".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy*, dan *Assurance* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Yabie Kopi?
2. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy*, dan *Assurance* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Yabie Kopi?

1.3 Tujuan TA

Setelah mengetahui rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin di capai melalui penelitian ini, yaitu:

- 1) Untuk mengetahui apa pengaruh *tangible* signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Untuk mengetahui apa pengaruh *reliability* signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 3) Untuk mengetahui apa pengaruh *responsiveness* signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 4) Untuk mengetahui apa pengaruh *empathy* signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 5) Untuk mengetahui apa pengaruh *assurance* signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 6) Untuk mengetahui apa pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance* signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Kontribusi/ Manfaat TA

Dari hasil penelitian ini, penulis diharapkan memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

1) Bagi Penulis

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan serta memperluas wawasan penulis dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Bagi Pelaku Bisnis (Yabie Kafe)

Sebagai informasi dan masukan bagi Yabie Kopi untuk dapat dijadikan landasan dalam menentukan strategi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3) Bagi Politeknik WBI

Penelitian ini dapat digunakan sebagai kontribusi dalam pengembangan mengenai pemasaran dan referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian objek atau masalah yang sama di masa yang akan datang.