

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bisnis yang sedang tumbuh di Indonesia sekarang ini adalah kedai kopi ataupun *Coffee Shop*. *Coffee shop* ialah salah satu tipe kafe yang dikategorikan cafe kecil yang menyediakan tempat minum kopi dengan sarana mendukung buat kenyamanan konsumen. Minum kopi kini sudah menjadi gaya hidup bagi anak-anak generasi millennial dan bukan sekedar minuman penghilang rasa ngantuk. Ini tercermin dari menjamurnya kafe atau kedai-kedai penjual minuman dari seduhan bubuk kopi di seluruh nusantara. Kini untuk dapat menikmati kopi yang berkualitas tidak hanya di *Starbucks* atau di *Coffee Bean*. Sebab, kafe penjaja minuman kopi lokal kini telah hadir di mana-mana, dari pinggir-pinggir jalan, kawasan bisnis hingga ke mall. Sekarang ini berkumpul di kafe atau kedai kopi yang sudah jadi kebutuhan dalam berinteraksi sosial memang kembali bergairah.

Sekarang ini *Coffee Shop* bukan lagi hal yang terdengar asing di telinga masyarakat. Bisnis *Coffee Shop* adalah sebuah lahan bisnis yang menjanjikan keuntungan bagi para pengusaha. *Coffee Shop* pada awal mulanya menyediakan tempat untuk minum kopi dengan cepat. Akan tetapi, karena perkembangan dan banyaknya minat dari pelanggan yang semakin lama semakin meningkat dan berkembanglah *coffee shop* menjadi seperti sekarang ini.

Keberadaan *Coffee Shop* tidak hanya di kota-kota besar, tetapi juga sudah merambah kota-kota kecil, walaupun dengan pasar yang berbeda-beda *Coffee Shop* di Indonesia akan terus mengalami pertumbuhan. seiring dengan budaya minum

kopi bukan hanya dikalangan orang tua tetapi sudah merambat ke anak-anak muda dan sudah menjadi gaya hidup dari kebanyakan mereka. Hal ini dicirikan dengan maraknya berbagai gerai *Coffee Shop* diberbagai tempat di indonesia, sama seperti di kota Medan. *Coffee Shop* tempat yang suasananya santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik itu lewat audio ataupun live music, desain interior yang khas, pelayanan yang ramah dan juga beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel atau wifi. *Coffee Shop* juga saat ini tidak hanya tempat untuk menikmati kopi tetapi juga bisa menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat untuk rapat, Nongkrong tempat untuk berfoto, tempat untuk bertemu rekan kerja bahkan ada yang dating hanya untuk berfoto kemudian dibagikan melalui media sosial.

Fenomena maraknya kedai kopi sekarang terjadi di kota medan termasuk di jalan pancing di jalan gurilla. Dalam menikmati minuman atau hidangan, setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih *Coffee Shop* yang indah dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa pelanggan akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang dikeluarkan. Disamping itu, ada pula yang lebih cenderung memilih kafe yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Perkembangan *Coffee Shop* dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis *Coffee Shop* semakin dituntut untuk mempunyai dan membuat strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang

makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing.

Sururu Coffee and Chill merupakan kedai kopi yang berada di wilayah Jl. Gurilla Pancing Medan yang juga memanfaatkan peluang bisnis di bidang *Coffee Shop* ini. Namun, maraknya bisnis *Coffee Shop* di Indonesia termasuk di Jl Gurilla Pancing menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Masing-masing harus berusaha menyediakan fasilitas yang lebih baik.

Salah satu *Coffee Shop* yang akan saya teliti adalah *Sururu Coffee and Chill* Medan. Yang dibangun pada bulan Maret tahun 2020. Peneliti tertarik memilih *Sururu Coffee and Chill* Medan ini dikarenakan *Sururu Coffee and Chill* ini yang awalnya hanya mengandalkan teras rumah dan menggunakan tema yang Modern dengan slogan “ngopi serasa dirumah” dan juga dapat dilihat dari data pendapatan dan pembelian yang terus mengalami kenaikan dan penurunan penjualan dari tahun 2020-2022 dan peneliti juga ingin mengetahui bagaimana *Store Atmosphere dan Responsiveness* yang diberikan oleh *Sururu Coffee and Chill* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumennya. *Sururu Coffee and Chill* Medan juga menyediakan varian coffee, dan non coffee serta *Sururu Coffee and Chill* Medan ini memiliki cita rasa serta harga yang bervariasi. Peneliti memilih *Sururu coffee and chill* ini untuk diteliti dikarenakan peneliti ingin mengetahui bagaimana pelayanan *Responsiveness* (daya tanggap) dan suasana toko yang diberikan *Sururu Coffee and chill* terhadap kepuasan konsumennya dalam menyediakan tempat dan fasilitas yang sedikit nyaman untuk bekerja, belajar, berkumpul, bermain dan bercerita. Meskipun *Sururu Coffee shop* ini tidak menyediakan variasi makanan.

Bila volume penjualan yang di peroleh rendah maka keuntungan dari produk yang dijual akan ikut rendah. Hal ini mempunyai hubungan berbanding lurus antara volume penjualan suatu produk yang di jual dengan pendapatan suatu perusahaan. Demikian halnya dengan kepuasan konsumen penting dipertahankan guna menjamin bahwa perusahaan mampu berkompetisi dengan baik. Daya Tanggap (*Responsiveness*) karyawan dan *Store Atmosphere* sangat berpengaruh untuk konsumen dalam melakukan kepuasan konsumen. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk merupakan suatu tindakan yang lazim dilakukan oleh setiap individu,

Dimana Menurut (Schiffman&Wisnblit,2019) “Kepuasan konsumen yaitu persepsi seseorang mengenai kinerja suatu produk atau layanan yang terkait mengenai kinerjanya.“ Pada saat konsumen melakukan pembelian,konsumen akan melakukan penilaian seberapa besar harapannya dapat terpenuhi dari produk yang telah diterimanya”

Sururu Coffee and Chill Medan selama ini masih belum mampu memanfaatkan peluang secara optimal hal ini dilihat dari tidak tercapainya target penjualan hampir disetiap tahun selama *Sururu Coffee and Chill* ini berdiri dan terus menurunnya jumlah pengunjung *Sururu Coffee and Chill* yang cukup signifikan. Kondisi yang ada saat ini adanya penurunan penjualan yang semakin berkurangnya pengunjung, penulis mensinyalir suasana atau *store atmosphere* *Sururu Coffee and Chill* yang dirasa kurang nyaman bagi konsumen. Kedai kopi juga harus membentuk suasana yang baik sehingga mampu menarik konsumen untuk membeli di kedai tersebut.

Kepuasan yang diperoleh seorang konsumen dari sebuah produk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian berulang bahkan dapat

menceritakan kesan yang baik terhadap halayak ramai dan juga dapat berpengaruh di pemasukan pendapatan yang kunjung naik. Berikut data pendapatan dan juga pesanan unit yang terjual di *Sururu Coffee Shop* Pada Tahun 2020 – 2022 yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut.:

**Tabel 1.1 Pendapatan dan Unit terjual per tahun
*Sururu Coffee and Chill Medan***

| Tahun | Pendapatan per tahun | Unit Terjual Per Tahun |
|-------|----------------------|------------------------|
| 2020 | 90.187.000 | 38.524 |
| 2021 | 151.802.000 | 50.173 |
| 2022 | 123.312.000 | 33.998 |

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat dari data tersebut bahwasannya pada tahun 2020 - 2021 mengalami kenaikan sebesar 40,6% dan dapat dilihat dari persentase tersebut mengalami kenaikan yang cukup signifikan, begitu juga dengan Unit penjualan di tahun 2020-2021 mengalami kenaikan sebesar 23,2% dari tahun sebelumnya, hal ini terjadi dikarenakan saat itu belum maraknya persaingan dan juga tingginya minat pembelian dari konsumen, Akan tetapi dapat dilihat pada tahun 2021-2022 dari hasil pendapatan dari data tersebut mengalami penurunan sebesar 23,1% dan pastinya juga berdampak dengan unit penjualan yang turun cukup drastis sebesar 47,6% dimana hal ini disebabkan oleh semakin maraknya persaingan usaha dan juga rendahnya minat keinginan konsumen untuk berkunjung kembali ke tempat tersebut. Dapat disimpulkan dari tahun 2020 - 2022 bahwasannya *Sururu Coffee and Chill Medan* ini mengalami penurunan secara fluktuasi dari tahun 2020 ke 2021 hingga 2022.

Coffee Shop yang ingin berhasil menembus persaingan di tuntutan harus sekreatif mungkin untuk mengkonsep *Coffee Shop*. Karena pada saat ini penilaian konsumen terhadap sebuah tempat *Coffee Shop* tidak hanya ditentukan dengan cita rasa yang ada pada makanan atau minuman yang telah disediakan, tetapi juga harus memperhatikan banyak hal lain. Maka dalam hal ini maka pengusaha *Coffee Shop* ini harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar agar konsumen merasa puas.

Untuk membuat konsumen puas terhadap *Coffee Shop* tersebut, maka *Coffee Shop* tersebut juga harus memiliki keunggulan-keunggulan yang akan menarik perhatian konsumen nantinya, tidak hanya ketertarikan melalui fisik saja namun juga ketertarikan secara emosional juga perlu diperhatikan. Sebuah usaha dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan konsumennya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan ialah kepuasan dari konsumen itu sendiri.

Pelayanan yang baik adalah kemampuan *Coffee Shop* untuk memberikan dan menunjukkan sikap yang menyenangkan kepada konsumen maupun kepada pelanggan yang datang. Pelayanan juga mencakup semua fasilitas yang tersedia dengan layanan yang baik dan suasana yang disediakan, maka akan mampu mengungguli para pesaingnya. Buruknya kualitas yang diberikan kepada konsumen akan menyebabkan banyaknya kerugian yang dialami oleh *Coffee Shop* tersebut. Konsumen yang kecewa bukan hanya akan meninggalkan, tetapi juga akan menceritakan keburukan Kualitas yang ada di *Sururu Coffee Shop* dirasakan kepada orang lain. Selain itu, akan lebih susah untuk mendapatkan konsumen baru.

Berdasarkan data yang diperoleh pada survey awal, ditemukan beberapa komentar keluhan para konsumen *Sururu Coffee Shop* Medan ini.

Tabel 1.2 Review Konsumen *Sururu Coffee Shop* Medan.

| Nama Konsumen | Keluhan |
|---------------|--|
| Lailan hanifa | Tempat yang disajikan sangat Modern akan tetapi fasilitas yang disediakan kurang seperti tidak tersedia mushola, tempat parkir yang kurang luas menurut saya. Jadi susah mau parkir kalau ramai orang. |
| Mawar ajeng | Fasilitasnya kurang wifi yang disediakan masi sering tidak bisa digunakan, masih suka bermasalah. |
| Rio Hermawan | Pelayanan yang saya rasakan kurang karena pesanan saya sangat lama dibuat saat kedai sedang ramai. |
| Rian Hasibuan | Rasa dan Harga yang ditawarkan sudah sesuai namun susasana di dalam <i>Sururu Coffee and Chill</i> menurut saya kurang cocok dijadikan tempat berkumpul ataupun meeting bersama rekan kerja. |

Sumber: hasil wawancara terhadap konsumen *Sururu Coffee And Chill* medan.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai keluhan konsumen di *Sururu Coffee and Chill* Medan Bahwa sebagian konsumen yang pernah mengunjungi *Sururu Coffee Shop* tersebut masih merasa belum puas dengan daya tanggap (*Responsiveness*) dan suasana tempat *Coffee Shop* (*Store Atmosphere*) yang disajikan *Sururu Coffee Shop*. Dikarenakan ada beberapa fasilitas yang disediakan tidak berfungsi dengan baik seperti *wifi,ac* dan juga ada beberapa yang tidak sesuai harapan konsumen. Dapat kita prediksi bahwasannya permasalahan yang ada di *Sururu* ini disebabkan oleh *Store Atmosphere* (suasana toko) dan *Responsiveness* (Daya Tanggap). Permasalahan Di *Sururu Coffee and Chill* Medan Terdapat

bermacam aspek lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen termasuk *Store Atmosphere*.

Store atmosphere merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Masrul dan Okta Karneli,2017) mengatakan bahwa “*Store Atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jika suasana restoran yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan konsumen akan tercipta, tetapi jika suasana restoran yang tersedia tidak membuat konsumen nyaman atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka kepuasan konsumen tidak akan tercipta”.

Menurut (Sholihah,2020) ”*Store Atmosphere* ialah salah satu aspek yang mendukung bisnis kafe dimana suasana yang ada dan terbentuk menciptakan konsumen merasa berbeda untuk setiap kafe yang mereka datangi, *Store atmosphere* juga menunjang tercapainya kepuasan pelanggan. Suasana kafe yang terbentuk lewat bidang luar, bidang dalamnya, tata letak dan penerangan pada kesimpulannya bisa membentuk perasaan aman ataupun kecewa yang bisa dialami oleh konsumen. karakteristik wujud dari sesuatu toko yang bisa menampilkan image toko dan menarik konsumen”.



Interior Bagian Dalam Sururu Coffee



Interior bagian luar Sururu Coffee Shop Medan



Interior bagian parkir Sururu Coffee Shop Medan

Gambar 1.1 Store Atmosphere Sururu Coffee Shop Medan

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas dapat dilihat Suasana Toko yang disajikan cukup modern akan tetapi pada bagian luar tempat duduk *Coffee Shop* tersebut dapat dilihat bahwasannya kurang nyaman pada bagian tempat duduk serta meja yang ada di *Coffee Shop* tersebut dan semakin membuat tidak nyaman dikarenakan bagian luar *Coffee Shop* digabung dengan bagian lahan parkir.

Setelah Peneliti melakukan survey langsung dan me-wawancarai pemilik *Coffee Shop* dan juga salah satu konsumen yang ada di *Sururu Coffee and Chill* dapat disimpulkan bahwasannya disana Selain *Store Atmosphere* ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di *Sururu Coffee and Chiil* ini ialah

Daya tanggap karyawan (*Responsiveness*) atas pelayanan yang diberikan karyawan terhadap konsumennya seperti pelayanan yang lama saat mengantar pesanan konsumen.

Menurut (Maid 2018: 46) “Ketanggapan (*Responsiveness*), ialah keahlian industri buat membantu pelanggan serta ketersediaan buat melayani pelanggan serta ketersediaan buat melayani pelanggan dengan baik”.

Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. Dibandingkan dengan empat dimensi kualitas pelayanan lainnya yaitu wujud fisik, daya tanggap, jaminan dan kepastian, serta empati dimensi kehandalan sering dipersepsikan menjadi yang paling penting bagi pelanggan dari beragam industri jasa. Karena apabila konsumen merasakan bahwa keandalan suatu perusahaan jasa sangat sesuai dengan harapan, maka mereka akan bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar perusahaan melaksanakan transaksi seperti yang dijanjikan.

Sururu Coffee and Chill memiliki kualitas pelayanan, baik berupa daya tanggap dalam menangani permasalahan yang dihadapi konsumen pada saat mengonsumsi produk serta memberikan kemudahan pada konsumen untuk berkomunikasi pada karyawan melalui komunikasi secara langsung. Akan tetapi Selain daya tanggap yang menjadi salah satu permasalahan di *Sururu Coffee and Chill* Medan yaitu kurangnya pelayanan yang cepat yang dirasakan konsumen dalam penyajian pesanan berlangsung apabila ketika keadaan *Coffee Shop* sedang ramai pengunjung di sebabkan dikarenakan masih minimnya pekerja yang ada di *Sururu Coffee and Chill* Medan.

Daya tanggap (*responsiveness*) adalah sikap tanggap karyawan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari pekerja dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan. Daya tanggap karyawan merupakan salah satu faktor penting dalam suatu usaha untuk mendukung penerapan pelayanan yang baik dan berkualitas. Upaya peningkatan daya tanggap oleh *Sururu Coffee and Chill* Medan selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi kepada Konsumennya. Akan tetapi *Sururu Coffee and Chill* pernah mengalami masalah karena sering kali mendapat keluhan-keluhan dari konsumen

Menurut (Silalahi, Lusiana Elfrida 2020), “menyatakan daya tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas”.

Hal ini merujuk pada kemauan dan kemampuan para pelayan untuk menolong para konsumen dan menyediakan suatu layanan dengan segera (tepat waktu). Persepsi dalam kualitas pelayanan akan menjadi negatif jika membiarkan pelanggan menunggu lama. Dalam hal memberikan pelayanan, *Sururu Coffee and Chill* termasuk dalam kategori lambat. Para pelayan *Sururu Coffee Shop* kurang tanggap dan tidak sigap dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumennya. Makanan ataupun minuman yang dipesan sangat lama tiba di meja para konsumen, Ketika ramai pengunjung bahkan konsumen harus menunggu. Dan juga Karyawan *Sururu Coffee and Chill* tidak begitu memahami keluhan dari konsumen yang mengunjungi *Sururu Coffee and Chill*. Dikarenakan hal tersebut, pendapatan yang seharusnya bisa maksimal jadi kurang karena daya tanggap para pelayan yang

masih kurang baik dalam melayani para konsumen. Maka dari itu, penyedia jasa harus memperhatikan hal tersebut dan memaksimalkan mutu pelayanannya. Karena bagaimanapun konsumen sangat memperdulikan mutu dari kualitas pelayanan yang diberikan, akan tetapi jika kualitas pelayanan dari *responsiveness* (daya tanggap) yang diberikan lebih dimaksimalkan akan membuat konsumen puas.

Berdasarkan dari data-data yang didapat serta fenomena yang terjadi saat ini, dan referensi dari penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana *Store Atmosphere* dan *Responsiveness* (daya tanggap) dari sebuah *Coffee Shop* yang menjadi pilihan banyak konsumen. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Responsiveness* terhadap kepuasan konsumen Sururu *Coffee and Chill* Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya kepuasan konsumen Sururu *Coffee and Chill* terhadap fasilitas-fasilitas Sururu *Coffee* dan pelayanan yang diberikan.
2. *Store Atmosphere* pada Sururu *Coffee and Chill* belum Optimal.
3. Adanya kenaikan dan penurunan penjualan pada Sururu *Coffee And Chill* Medan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana diuraikan diatas agar masalah dalam penelitian lebih terarah dan jelas, maka peneliti membatasi

penelitian ini pada Store Atmosphere dan Responsiveness pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen di *Sururu Coffee and Chill* Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas, maka penelitian merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Store Atmosphere terhadap kepuasan konsumen di *Sururu Coffee and Chill* Medan?
2. Bagaimana pengaruh Responsiveness terhadap kepuasan konsumen di *Sururu Coffee and Chill* Medan?
3. Bagaimana pengaruh Store Atmosphere, Responsiveness, terhadap kepuasan konsumen di *Sururu Coffee and Chill* Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah di paparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Menganalisis pengaruh Store Atmosphere terhadap kepuasan konsumen *Sururu Coffee and Chil* Medan.
2. Untuk Menganalisis pengaruh Responsiveness terhadap kepuasan konsumen *Sururu Coffee and Chill* Medan.
3. Untuk Menganalisis pengaruh Store Atmosphere dan Responsiveness terhadap kepuasan konsumen di *Sururu Coffee and Chill* Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan uraian rumusan masalah dan tujuan penelitian diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat positif bagi:

1. Bagi *Sururu Coffee and Chill*

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai masukan atau bahan untuk memecahkan fenomena yang terjadi berkaitannya dengan *Store Atmosphere*, *Responsiveness* yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat Menambah Wawasan dan ilmu Pengetahuan penulis yang berhubungan dengan *Store Atmosphere*, *Responsiveness* dan kepuasan konsuemen agar dapat memahami permasalahan yang penulis teliti dan melaksanakan penelitian sesuai dengan ketentuan penelitian.

3. Bagi mahasiswa dan pembaca lainnya

Penelitian ini akan bermanfaat sebagai bahan masukan dan bahan referensi bagi mahasiswa dan pembaca lain dan dapat mengembangkan penelitian sejenis ini di masa yang akan datang, serta memberikan gambaran yang jelas tentang suatu permasalahan *Store Atmosphere dan Responsiveness* terhadap dengan kepuasan konsumen.