

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era-globalisasi banyak sekali mengalami kemajuan serta perkembangan yang cukup pesat terlebih di dunia modern sekarang ini. Dimana perubahan tersebut tidak lepas dari pola pikir masyarakat yang terus berkembang, teknologi serta gaya hidup yang tidak lepas dari adanya pengaruh globalisasi. Dengan adanya perubahan dan kemajuan yang terus berkembang di berbagai bidang menuntut masyarakat secara tidak langsung untuk ikut ambil bagian di dalam proses yang sedang terjadi. Seiring dengan kemajuan dan perubahan yang terjadi pada produk dan jasa mulai bermunculan dengan keanekaragaman dan keunikannya masing-masing. Industri makanan dan minuman seperti cafe atau juga restoran merupakan salah-satu bisnis yang menjanjikan.

Cafe Gutenacht di Desa Kuba merupakan cafe yang berdiri pada tahun 2018 di kota Indrapura tepatnya pada Desa Tanjung Kuba, Kecamatan Air Putih. Seperti pada cafe umum lainnya yang menyediakan makanan, minuman, fasilitas, pelayanan dan juga beberapa promosi guna menarik pelanggan. Banyaknya persaingan cafe khususnya di Desa Tanjung Kuba, Kecamatan Air Putih tidak membuat cafe Gutenacht ragu untuk tetap dapat bertahan dan bersaing hingga saat ini. Melakukan dan memberikan pelayanan juga promosi yang dapat memuaskan pelanggan merupakan keharusan yang dilakukan agar cafe tetap dapat eksis di tengah-tengah persaingan cafe di Desa Tanjung Kuba, Kecamatan Air Putih.

Cafe Gutenacht sendiri dikembangkan dengan konsep memaksimalkan kepuasan pelanggannya dengan menyediakan makanan dan minuman, tempat yang

nyaman, pelayanan yang baik, promosi yang mampu menarik pelanggan dan lokasi yang strategis sehingga mudah di akses bagi pelanggan. Walaupun begitu masih terdapat adanya keluhan dari pelanggan yang mengeluhkan tentang kualitas pelayanan dan juga promosi yang diberikan cafe Gutenacht kurang mampu memberikan dan membuat pelanggan cafe merasa puas.

Untuk dapat mengetahui permasalahan yang terjadi di cafe Gutenacht di Desa Tanjung Kuba, maka peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yaitu pada pelanggan cafe Gutenacht yang telah melakukan pembelian secara berulang. Berikut hasil dari pra-survei yang ditemukan sebagai fenomena permasalahan pada kepuasan pelanggan di cafe Gutenacht. Hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden menunjukkan bahwa persentase tertinggi terlihat pada nomor 3,4 dan 6. Pada pertanyaan pra-survey nomor 3. Apakah pelanggan cafe Gutenacht merasa terpuaskan dengan promosi yang diberikan. Dapat dilihat pada pertanyaan nomor 3. Promosi yang dilakukan oleh cafe Gutenacht seperti pembelian yang dilakukan oleh pelanggan diatas Rp.100.000, dan juga *Event Giveaway* hadiah baju yang dilakukan di sosial media kepada pelanggan setia yang dimiliki dengan menjawab pertanyaan yang diberikan.

THE
Character Building
UNIVERSITY

**Tabel 1.1 Pra-survey fenomena permasalahan Kepuasan Pelanggan pada
cafe Gutenacht**

No	Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan oleh cafe Gutenacht sesuai dengan keinginan pelanggan dan merasa terpuaskan?	12	40%	18	60%
2	Apakah pelanggan akan berkunjung kembali karena merasa terpuaskan dengan kualitas pelayanan yang diberikan cafe Gutenacht?	12	40%	18	60%
3	Apakah pelanggan cafe Gutenacht merasa terpuaskan dengan promosi yang diberikan?	6	20%	24	80%
4	Saya akan memberitahu, orang lain bahwa cafe Gutenacht lebih baik daripada cafe pesaingnya?	6	20%	24	80%
5	Apakah anda akan berkunjung kembali dengan pelayanan dan promosi yang belum berubah dengan menyesuaikan keinginan pelanggan?	12	40%	18	60%
6	Apakah anda merasa terpuaskan dengan produk yang dimiliki cafe Gutenacht?	6	20%	24	80%

Hasil pra-survey yang dilakukan peneliti kepada pelanggan cafe Gutenacht banyak pelanggan yang menyatakan bahwa masih banyak cafe yang lebih baik dibandingkan dengan cafe Gutenacht dilihat dari segi pelayanan dan juga promosi yang dilakukan. Sebanyak 24 responden menyatakan “tidak” dan 6 responden menyatakan “iya”. Pertanyaan 6. Apakah anda merasa terpuaskan dengan produk yang dimiliki cafe Gutenacht?. Hasil peneliti yang melakukan pra-survey terhadap pelanggan cafe Gutenacht menyatakan bahwa dari segi produk makanan dan minuman yang diberikan belum sesuai keinginan pelanggan, ada pelanggan yang

mengeluhkan makanan yang sedikit gosong, kurang matang, dan minuman yang diberikan tidak memiliki rasa yang sesuai gambar di menu bahkan sesuai ekspektasi pelanggan. Banyak pelanggan menyatakan pada hasil pra-survey yang dilakukan peneliti bahwa masi banyak cafe lain yang lebih baik dari segi pelayanan dan juga promosi dibandingkan dengan cafe Gutenacht di Desa Tanjung Kuba. Pertanyaan nomor 2 Apakah pelanggan akan berkunjung Kembali karena merasa terpuaskan dengan kualitas pelayanan yang diberikan cafe Gutenacht? Sebanyak 60% responden menyatakan “tidak” dilihat pada pelayanan yang cepat dari karyawan kepada pelanggan saat dibutuhkan. Pertanyaan nomor 5. Apakah anda akan berkunjung kembali dengan pelayanan dan promosi yang belum berubah dengan menyesuaikan keinginan pelanggan? Dengan pertanyaan yang diberikan menyatakan bahwa pelanggan masih ingin berkunjung dan ingin bersantai tapi tidak untuk waktu yang lama karena suasana cafe yang berisik. Dari hasil kuesioner tersebut dapat dinyatakan bahwa pelanggan cafe Gutenacht belum merasa terpuaskan dengan apa yang telah mereka berikan. Hal ini membuktikan bahwa ketidakpuasan pelanggan terhadap apa yang mereka inginkan.



Gambar 1.1 *chart* Pra-survey fenomena permasalahan Kepuasan Pelanggan pada cafe Gutenacht.

Pada gambar 1.1 *chart* pra-survey diatas menyatakan bahwa terdapat tiga pertanyaan yang menyatakan 80% “tidak” yaitu pada pertanyaan 3,4 dan 6 yang dapat diketahui pada tabel 1.1. Kepuasan pelanggan adalah sebagai variabel untuk menghasilkan niat beli pelanggan terhadap layanan dan salah satu kunci sukses untuk menghasilkan niat beli terhadap pelanggan Adikaram et al., (2016).

Kualitas pelayanan yang cepat, tepat, baik dan nyaman. Akan membuat kepuasan terhadap pelanggan dan kemajuan usaha yang dimiliki mudah untuk dicapai. Akan tetapi, kualitas pelayanan yang telah dilakukan cafe Gutenacht belum dapat dikatakan baik untuk dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Dilihat dari bagaimana pelayanan yang diberikan seperti tempat parkir yang kurang memadai, Ketika pelanggan datang karyawan tidak menyambut senyuman, komunikasi yang kurang baik, dan karyawan cafe kurang siap Ketika pelanggan membutuhkan. Maka dari itu kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan cafe belum memberikan kepuasan yang baik terhadap pelanggannya.

Selain untuk dapat mengetahui fenomena permasalahan pada kepuasan pelanggan, peneliti juga perlu mendapatkan dan meneliti fenomena permasalahan terhadap faktor kualitas pelayanan, maka dilakukan juga pra-survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 pelanggan cafe Gutenacht yang telah berkunjung dan melakukan pembelian berulang sebagai respondennya.

Tabel 1.2 Pra-survey fenomena permasalahan Kualitas Pelayanan pada cafe Gutenacht.

No	Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda merasa puas dengan tampilan visual suasana cafe Gutenacht?	9	30%	21	70%
2	Apakah karyawan cafe Gutenacht menyambut pelanggan dengan baik pada saat pelanggan datang?	12	40%	18	60%
3	Apakah cafe Gutenacht memberikan kenyamanan pada pelanggan?	6	20%	24	80%
4	Apakah karyawan cafe Gutenacht selalu siap saat pelanggan dibutuhkan?	12	40%	18	80%
5	Apakah karyawan cafe Gutenacht selalu cepat tanggap dengan apa yang diinginkan pelanggan?	6	20%	24	80%

Berdasarkan tabel 1.2 pra-survey di atas dapat diketahui penyebaran kuesioner kepada 30 responden pada pelanggan cafe Gutenacht menunjukkan bahwa hasil persentase kuesioner diatas lebih banyak menjawab “tidak” dan persentase tertinggi pada pertanyaan kuesioner nomor 3,4 dan 5. Pertanyaan nomor 3. Apakah cafe Gutenacht memberikan kenyamanan pada pelanggan? Hasil pra-survey yang dilakukan pada kenyamanan yang diberikan cafe Gutenacht fasilitas bangku dan meja yang kurang memadai jadi banyak saat pelanggan yang datang tidak mendapatkan tempat duduk. Pertanyaan nomor 4. Apakah karyawan cafe Gutenacht selalu siap saat pelanggan dibutuhkan?. Pada pertanyaan nomor 4. Karyawan tidak siap saat pelanggan membutuhkan seperti bertanya tempat toilet, saat ingin memesan, dan saat pelanggan ingin membayar karyawan lama untuk merespon. Pertanyaan nomor 5. Apakah karyawan cafe Gutenacht selalu cepat

tanggap dengan apa yang diinginkan pelanggan? Banyak pelanggan cafe Gutenacht yang belum merasa puas dengan karyawan cafe Gutenacht yang merasa bahwa pelayanannya masih sangat lambat. Pertanyaan nomor 1. Apakah anda merasa puas dengan tampilan visual suasana cafe Gutenacht? Banyak pelanggan yang belum merasa puas dengan tampilan visual cafe yang menurut pelanggan tampilan yang dimiliki masih biasa saja dibandingkan dengan cafe pesaingnya. Pertanyaan nomor 2. Apakah karyawan cafe Gutenacht menyambut pelanggan dengan baik pada saat pelanggan datang? Ada beberapa pelanggan yang belum merasa disambut dengan baik oleh karyawan cafe Gutenacht saat pelanggan masuk dan memesan menu yang ada. Ini membuktikan bahwa pelanggan cafe Gutenacht belum merasa terpuaskan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh cafe.



Gambar 1.2 chart Pra-survey fenomena permasalahan Kualitas Pelayanan pada cafe Gutenacht.

Pada gambar 1.2 chart pra-survey diatas menunjukkan bahwa diagram tertinggi terlihat pada nomor 3,4 dan 5. Dan yang menjawab “tidak” pada pertanyaan atau pada diagram diatas mencapai 80%, dilihat dari tabel 1.2 diatas menyatakan bahwa segi pelayanan yang diberikan cafe Gutenacht belum membuat pelanggan merasa puas. Dikarenakan karyawan cafe Gutenacht tdiak siap saat dibutuhkan pelanggan, fasilitas tempat duduk yang kurang sehingga saat keadaan

cafe lagi rame pelanggan banyak pelanggan yang tidak mendapatkan tempat duduk, karyawan cafe Gutenacht tidak menyambut pelanggan dengan baik melalui senyuman, sapaan dan juga mengantar ke meja yang kosong. Ini membuktikan bahwa pelanggan belum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh cafe Gutenacht. Maka dari itu permasalahan pada kualitas pelayanan pada cafe Gutenacht harus lebih dimaksimalkan dan dioptimalkan.

Dengan memberikan promosi terhadap konsumen yang melakukan pembelian harga produk lebih dari Rp.100.000, melakukan *Event Giveaway* hadiah baju yang dilakukan di sosial media kepada pelanggan setia yang dimiliki dengan menjawab pertanyaan yang diberikan., sosial media yaitu *facebook*, dan *Instagram*. Akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan cafe Gutenacht. Cafe Gutenacht merupakan salah satu cafe yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat sekitar maupun konsumennya, namun promosi dalam hal cafe Gutenacht kurang maksimal yang dapat diketahui saat peneliti melakukan wawancara kepada pelanggan cafe Gutenacht, pemilik cafe menyatakan bahwa dengan promosi yang dilakukan belum membuat jumlah pelanggan yang dimiliki menambah atau bahkan menjadi ramai pengunjung cafe. Seharusnya dengan memperhatikan promosi yang ada, cafe Gutenacht akan mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Akan tetapi kurangnya perhatian terhadap promosi tersebut membuat kepuasan pelanggan menjadi menurun.

Tabel 1.3 Pra-survey fenomena permasalahan Promosi pada cafe

Gutenacht

No	Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda merasa puas dengan promosi yang dilakukan oleh cafe Gutenacht?	6	20%	24	80%
2	Apakah promosi yang dilakukan cafe Gutenacht di sosial media membuat anda tertarik untuk membeli dan berkunjung?	12	40%	18	60%
3	Apakah anda merasa puas dengan promosi yang diberikan cafe Gutenacht setiap hari jumat potongan harga setiap pembelian produk sebesar Rp.100.000?	12	40%	18	60%
4	Apakah anda akan merekomendasikan cafe Gutenacht kepada orang lain karena promosi yang diberikan?	9	30%	21	70%

Berdasarkan tabel 1.3 pra-survey diatas dapat diketahui hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden pelanggan cafe Gutenacht dapat dilihat Seperti pada pertanyaan 1. Apakah anda merasa puas dengan promosi yang dilakukan oleh cafe Gutenacht? Dapat dilihat dari tabel 1.3 diatas pertanyaan nomor 1. Bahwa pelanggan cafe Gutenacht belum puas dengan promosi yang dilakukan pembelian harga produk lebih dari Rp.100.000, melakukan *Event Giveaway* hadiah baju yang dilakukan di sosial media kepada pelanggan setia yang dimiliki dengan menjawab pertanyaan yang diberikan., dan melakukan promosi yang dilakukan di sosial media yaitu *facebook*, dan *Instagram*. Sebanyak 24 responden yang mengatakan “tidak” dan 6 responden yang mengatakan “iya”. Pertanyaan nomor 4. Apakah anda akan merekomendasikan cafe Gutenacht kepada orang lain karena promosi yang diberikan? Banyak pelanggan cafe Gutenacht tidak

mau merekomendasikan cafe Gutenacht kepada orang lain, dikarenakan promosi yang diberikan cafe pesaing lainnya lebih baik dari cafe Gutenacht. Apakah promosi yang dilakukan cafe Gutenacht di sosial media membuat anda tertarik untuk membeli dan berkunjung? Hasil wawancara yang dilakukan peneliti bahwa banyak pelanggan cafe Gutenacht tidak merasa terpuaskan dengan promosi yang dilakukan yaitu melakukan *Event Giveaway* hadiah baju yang dilakukan di sosial media kepada pelanggan setia yang dimiliki dengan menjawab pertanyaan yang diberikan., sosial media yaitu *facebook*, dan *Instagram*. 3. Apakah anda merasa puas dengan promosi yang diberikan cafe Gutenacht setiap hari jumat potongan harga setiap pembelian produk sebesar Rp.100.000? banyak pelanggan yang mengatakan tidak puas dikarenakan potongan harga yang diberikan saat melakukan pembelian Rp.100.000. dengan potongan 10% belum membuat pelanggan cafe merasa puas. Ini membuktikan bahwa pentingnya promosi yang harus dioptimalkan dan lebih difokuskan oleh pemilik usaha cafe Gutenacht, karena promosi yang dilakukan cafe Gutenacht belum mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan.



Gambar 1.3 Pra-survey fenomena permasalahan Promosi pada cafe Gutenacht.

Pada gambar 1.3 *chart* pra-survey diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan nomor 1. Sesuai pada tabel 1.3 diatas sebanyak 80% responden menyatakan “tidak” dan pada pertanyaan 2 dan 3 sebanyak 60% responden menyatakan “tidak” dan pada pertanyaan nomor 4. Sebanyak 70% responden menyatakan “tidak”. Dengan hasil pertanyaan mengenai promosi yang diberikan cafe Gutenacht yaitu pada melakukan pembelian harga produk lebih dari Rp.100.000, melakukan *Event Giveaway* hadiah baju yang dilakukan di sosial media kepada pelanggan setia yang dimiliki dengan menjawab pertanyaan yang diberikan., sosial media yaitu *facebook*, dan *Instagram*, belum membuat pelanggan merasa puas. Hal ini membuktikan bahwa promosi yang dilakukan cafe Gutenacht belum benar-benar dapat memenuhi kepuasan pelanggan yang dimiliki, maka dari itu cafe Gutenacht perlu lebih memperhatikan dan lebih mengoptimalkan lagi promosi yang dilakukan agar kepuasan pelanggan yang dimiliki cafe Gutenacht dapat tercapai.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pelanggan belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan cafe Gutenacht.
2. Kurang optimalnya promosi yang dilakukan oleh pihak/pemilik usaha cafe Gutenacht berdampak pada kurangnya kepuasan pelanggan yang menyebabkan penjualan yang dilakukan cafe Gutenacht mengalami penurunan.
3. Karyawan cafe Gutenacht kurang baik saat menyambut pelanggan yang datang.

4. Pelanggan cafe Gutenacht tidak merasa terpuaskan dengan promosi yang dilakukan yaitu melakukan *Event Giveaway* hadiah baju yang dilakukan di sosial media kepada pelanggan setia yang dimiliki dengan menjawab pertanyaan yang diberikan., sosial media yaitu *facebook*, dan *Instagram*.
5. Karyawan cafe Gutenacht tidak siap tanggap saat dibutuhkan oleh pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka yang menjadi Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Agar dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Gutenacht.
2. Agar dapat mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Gutenacht.
3. Agar dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan cafe Gutenacht.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Gutenacht?
2. Apakah promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Gutenacht.?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi dapat berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Gutenacht?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian diharapkan dapat memecahkan masalah yang sudah dirumuskan

yaitu:

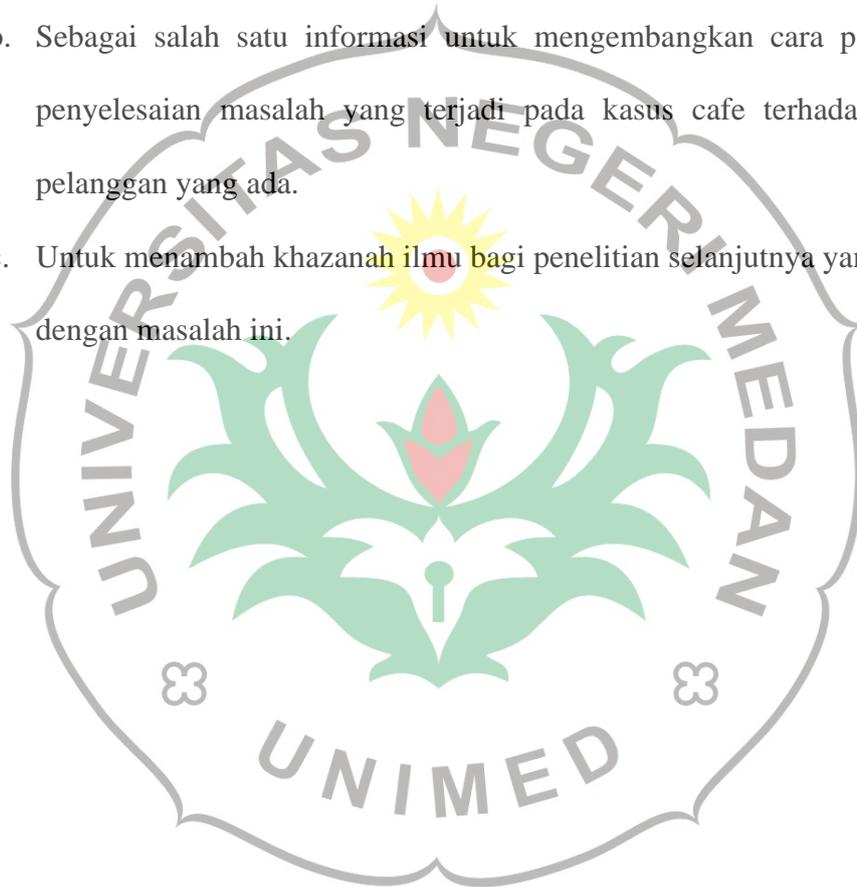
1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan cafe Gutenacht.
2. Untuk dapat mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada cafe Gutenacht.
3. Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Promosi yang diberikan secara bersamaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan cafe Gutenacht.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada cafe Gutenacht.
 - b. Penelitian ini juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari dan dipahami pada bangku perkuliahan.
 - c. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan promosi saling berhubungan dan mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan pada cafe. Ini dapat membantu dalam pembentukan teori atau kerangka kerja yang lebih baik.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam menerapkan pengetahuan penulis.
- b. Sebagai salah satu informasi untuk mengembangkan cara pandang dan penyelesaian masalah yang terjadi pada kasus cafe terhadap kepuasan pelanggan yang ada.
- c. Untuk menambah khazanah ilmu bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan masalah ini.



THE
Character Building
UNIVERSITY