

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia (Widyatama, 2015). Kuliner bukan merupakan produk konsumsi manusia untuk memenuhi kebutuhan, akan tetapi saat ini kuliner sudah menjadi gaya hidup bagi kalangan masyarakat (Wardhana, 2016). Azhari *et al.*, (2015) menyatakan bahwa pertumbuhan kuliner semakin berkembang pesat, diminati oleh masyarakat, semakin kreatif dan inovatif. Berdasarkan data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal Republik Indonesia bahwa pada tahun 2016 investasi dalam negeri di industri makanan paling tinggi dibanding industri lainnya yaitu sebesar Rp. 32.028,5 Miliar, hal ini membuktikan bahwa pertumbuhan kuliner sangat diminati oleh masyarakat Indonesia.

Perkembangan dunia kuliner menjadi peluang usaha bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usaha dibidang perdagangan industri makanan dan minuman, salah satunya dengan cara membuka bisnis kafe (Normasari, 2013). Bisnis kafe merupakan salah satu bisnis yang sedang populer dan berkembang pesat saat ini, khususnya di Kota Pangkalpinang (Dinihari, 2016). Terhitung sejak 2015, hingga sekarang sejumlah kafe mulai memadati kawasan tersebut (Bangkapos, 2018). Hal ini dibuktikan dengan banyaknya kafe-kafe baru yang bermunculan dengan mengusung konsep beraneka ragam (Bangkapos, 2015). Seiring dengan pergeseran waktu dan budaya, saat ini makan dan minum tidak hanya menjadi kebutuhan biologis untuk mengatasi lapar, tetapi menjadi bagian

dari hobi dan sarana penghilang stress (Pramudita dan Japariato, 2013). Saat ini juga fungsi sebuah kafe sebagai salah satu tempat untuk mengadakan pertemuan, bersantai bersama teman-teman, keluarga untuk sekedar mengisi waktu luang kini menjadi *trend* tersendiri (Brown *et al.*, 2015). Beberapa kafe yang ada di Pangkalpinang yang menjadi pilihan sebagai tempat tongkrongan diantaranya yaitu kafe *Excelso*, *Manifesto*, dan *Eleven Concept*.

Kafe *Excelso* merupakan salah satu kafe yang memberikan peluang pada konsumen untuk memperoleh serangkaian pengalaman atas produk yang memberikan cukup informasi untuk melakukan pembelian ulang (Wahid, 2008). Kafe *Excelso* beralamat di Jl. Ahmad Yani No. 184, Pangkalpinang, Kepulauan Bangka Belitung. Berdasarkan hasil wawancara oleh penulis dari beberapa konsumen yang telah berkunjung ke kafe *excelso* menyebutkan bahwa *excelso* telah memberikan kualitas pelayanan yang baik, ramah, dan menyenangkan sehingga konsumen merasa dihargai dan puas. Selain itu di *Excelso* terdapat pula berbagai minuman dengan campuran kopi baik panas maupun dingin, misalnya beberapa minuman yang sangat terkenal adalah *avocado coffee*, *coffee float*, *pearl coffee*, *frappio*, dan *frozen drink* kopi yang sangat nikmat dengan berbagai pilihan rasa. Bagi konsumen yang tidak menyukai kopi, tersedia juga berbagai pilihan menu minuman dengan bahan dasar buah, seperti *avocado*, *strawberry* dan *banana*.

Menurut pengamatan langsung, *Eleven Concept* merupakan kafe yang berada di Jl. Kh. Abdurahman Sidik Gedung Nasional, Kota Pangkalpinang. *Eleven Concept* memberikan peluang kepada konsumen dengan cara menyediakan

fasilitas untuk berbagai acara dengan semua kalangan, bisa untuk remaja yang ingin merayakan pesta ulang tahun, untuk para calon pengantin yang ingin memeriahkan *bridal showernya*, dan juga kalangan ibu-ibu yang ingin melakukan arisan. *Eleven Concept* juga merupakan salah satu kafe yang ingin memberikan *value* dan *experience* bagi konsumennya baik dari suasana interior dan eksteriornya, hingga berbagai menu yang dihidangkan.

Menurut pengamatan langsung oleh penulis, Kafe ini juga memberikan fasilitas lain dalam bentuk *photo session* untuk menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Kafe ini buka setiap hari dengan jam operasional yang sama yaitu dari 17.00 – 24.00 Wib. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa konsumen yang telah berkunjung ke kafe *Eleven Concept* bahwa kafe ini telah memberikan pelayanan yang ramah, baik, dan sopan. Begitu juga dengan suasana yang *romantic dinner*, tempat makan malam yang *romantic* dengan *live music*, kafe dengan interior menarik, romantis di malam hari dengan kelap kelip lampunya serta menu yang bercita rasa.

Manifesto Coffee berada di Jl. Solihin GP No.41, Pangkalpinang, merupakan sebuah kafe atau tempat nyaman untuk bersantai sambil mencicipi kopi. Menurut pengamatan langsung oleh penulis, *Manifesto* juga merupakan kafe yang ingin memberikan *value* dan *experience* bagi konsumennya dengan menggunakan konsep suasana yang tenang, hening, dengan diiringi alunan musik yang santai hingga para konsumen dapat mencicipi dengan senang hati pula. Menurut pengamatan langsung penulis juga, Kafe ini bernuansa bangunan yang klasik dengan warna bangunannya putih perpaduan coklat hingga konsumen pun

enak untuk memandangnya. Lokasi kafe ini, membuat para konsumen tidak mudah untuk menemukannya dikarenakan posisi bangunan yang dari luarnya keliatan sempit begitu juga dengan lokasi parkir yang lumayan susah.

Manifesto memberikan pelayanan yang baik, sopan dan juga semua pelayan yang ada di *Manifesto* semuanya laki-laki. Pengunjung yang datang biasanya semua kalangan, remaja bersantai dengan para teman-temannya, sering juga para mahasiswa yang datang untuk mengerjakan tugas sambil memanfaatkan jaringan wi-fi yang tersedia. Namun dari hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti saat mengunjungi kafe tersebut dan menanyakan ke beberapa konsumen yang ada pada saat itu, kopi yang disajikan cukup enak, sayangnya mereka tidak sempat mencicipi pangan ditawarkan. Tempat cukup nyaman, cocok untuk menghabiskan waktu bersama teman-teman. Begitu juga ketika peneliti menanyakan kepada pemilik *Manifesto* mengenai jumlah pengunjung yang datang, pemiliknya menjawab akhir-akhir ini *Manifesto* mengalami penurunan pengunjung dan saat ini kondisinya sedang sepi. Sedangkan beberapa tahun yang lalu kondisi *Manifesto* sangat ramai, banyak para kalangan yang ketika ingin berkumpul mereka memilih *Manifesto*-lah tempat favoritnya.

Dengan banyaknya jumlah kafe yang ada di Pangkalpinang, akan membuat persaingan yang semakin tinggi sehingga para pemilik usaha akan saling bersaing dalam memberikan yang terbaik bagi pelanggannya (Bangkapos, 2018). Setiap kafe pasti akan memiliki cara tersendiri untuk dapat menarik minat pelanggan agar mau datang atau mengunjungi tempat mereka (Rahman, 2012). Sehingga saat ini *value* yang diinginkan oleh konsumen mengalami perubahan, dimana tidak

hanya sekedar memilih makanan yang enak dan murah, namun juga memperhatikan kualitas, suasana bahkan membandingkan dengan penawaran yang diberikan oleh kafe lain (Pramudita 2013). Seiring dengan kualitas pelayanan yang diharapkan, pengalaman yang dirasakan ketika mengunjungi sebuah kafe juga menjadi pertimbangan konsumen saat ini dalam memilih kafe (Salim, 2012). Sehingga *service quality* dan *customer experience* perlu menjadi perhatian para pembisnis kafe dalam memuaskan para konsumennya dan memenangkan persaingan, sehingga terciptanya kepuasan pelanggan merupakan langkah awal perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan para konsumennya (Japarianto,2013).

Menurut Robinette and Brand (2008) pengalaman pelanggan merupakan tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif terhadap setiap hal yang berhubungan dengan perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008) kualitas pelayanan (*service quality*) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Ketika *service quality* dilakukan dengan baik dan *customer experience* yang dirasakan konsumen sesuai apa yang diharapkan konsumen tentu saja akan berdampak pada kepuasan konsumen.

Kotler (2011) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Namun reaksi yang akan diungkapkan oleh pelanggan akan berbeda-beda dan mempengaruhi *Customer satisfaction* (kepuasan konsumen) serta keberhasilan

kafe itu sendiri (Azhari *et al.*, 2015). Ketika kepuasan pelanggan terjaga dengan baik, tentu saja yang diharapkan adalah dampak positif bagi kafe tersebut (Mawardi, 2015). Hal ini akan memungkinkan meningkatnya jumlah pelanggan, dan tentu saja ketika jumlah pelanggan meningkat maka jumlah pendapatan pun akan ikut meningkat (Salim, 2015). Adapun jumlah pengunjung dari tiga kafe yang ada di Pangkalpinang pada bulan Januari-Desember pada Tahun 2017 adalah sebagai berikut

Table I.1 Tabel Total Pengunjung Bulan Januari – Desember Tahun 2017

Tahun 2017	Kafe		
	<i>Excelso</i>	<i>Eleven Concept</i>	<i>Manifesto</i>
Januari	689	464	394
Februari	512	424	375
Maret	624	413	365
April	676	527	341
Mei	785	321	332
Juni	528	314	312
Juli	713	302	308
Agustus	656	415	296
September	632	361	242
Oktober	656	478	214
November	689	562	202
Desember	764	412	187
Jumlah	7.924	4.993	3.559
Rata-rata Per Bulan	660	416	296

Sumber : Kafe *Excelso*, *Eleven Concept*, dan *Manifesto*.

Dari tabel I.1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung pada kafe *Excelso* dan *Eleven Concept* mengalami kenaikan dan penurunan yang signifikan terhadap jumlah pengunjung, sementara pada kafe *Manifesto* setiap bulannya mengalami penurunan jumlah pengunjung.

Keadaan yang terjadi seperti pada uraian diatas menunjukkan bahwa pada usaha kafe *Manifesto* mengalami penurunan pengunjung. Hal tersebut terjadi karena terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan dan bukan hanya itu saja, jumlah pesaing yang semakin banyak juga dapat mempengaruhi

jumlah pengunjung yang datang ke *Manifesto*. Dari uraian beberapa kafe tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di kafe *Manifesto* Pangkalpinang.

Dari uraian yang telah dibahas sebelumnya, penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, *sense, feel, think, act and relate*, dan *customer satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
2. Apakah dimensi bukti fisik secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
3. Apakah dimensi keandalan secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
4. Apakah dimensi ketanggapan secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
5. Apakah dimensi jaminan secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
6. Apakah dimensi empati secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
7. Apakah dimensi *Sense* secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?

8. Apakah dimensi *Feel* secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
9. Apakah dimensi *Think* secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
10. Apakah dimensi *Act* secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
11. Apakah dimensi *Relate* secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
12. Apakah dimensi bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
13. Apakah dimensi keandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
14. Apakah dimensi ketanggapan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
15. Apakah dimensi jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
16. Apakah dimensi empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
17. Apakah dimensi *Sense* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
18. Apakah dimensi *Feel* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?

19. Apakah dimensi *Think* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
20. Apakah dimensi *Act* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
21. Apakah dimensi *Relate* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?
22. Apakah dimensi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, *sense, feel, think, act, relate* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada *Manifesto* Pangkalpinang?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah ini perlu diberikan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian. Adapun batasan-batasan masalah yang akan dibahas, adalah sebagai berikut:

1. Masalah yang diteliti hanya dibatasi pada pengaruh *service quality* dan *customer experience* terhadap *customer satisfaction*.
2. Penelitian ini dilakukan di *Manifesto* Pangkalpinang yang berlangsung mulai 10 november 2017 sampai dengan selesai.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, *sense, feel, think, act, relate* dan *customer satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi bukti fisik secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi keandalan secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi ketangguhan secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi jaminan secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi empati secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi *Sense* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi *Feel* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi *Think* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi *Act* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
11. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dimensi *Relate* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.

12. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi bukti fisik secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
13. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi keandalan secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
14. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi ketanggapan secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
15. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi jaminan secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
16. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi empati secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
17. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi *Sense* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
18. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi *Feel* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
19. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi *Think* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.

20. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi *Act* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
21. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi *Relate* secara parsial terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.
22. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dimensi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, *sense*, *feel*, *think*, *act*, *relate* secara simultan terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe *Manifesto* Pangkalpinang.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap kiranya penelitian ini dapat bermanfaat baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan, manfaat bagi objek yang diteliti dan manfaat bagi peneliti sendiri sekaligus menambah ilmu pengetahuan dan sebagai sarana pembandingan teori yang penulis pelajari selama belajar di kampus dengan kenyataan dalam praktek perusahaan tersebut.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi pihak kafe dalam mengidentifikasi *Customer Satisfaction*, serta memberikan informasi yang dapat dijadikan salah satu pertimbangan dalam menyusun strategi berikutnya.

3. Manfaat Kebijakan

Penulis sangat berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat dipergunakan sebagai referensi, pembandingan serta tambahan pengetahuan khususnya mengenai *Customer Satisfaction*.

1.6 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan ini adalah untuk mempermudah dan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai usulan penelitian ini, pembahasan dilakukan secara sistematika meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori-teori yang mendukung pemecahan masalah yang ada, yaitu teori-teori tentang manajemen pemasaran, teori perilaku konsumen, teori tentang *service quality*, *customer experience*, *customer satisfaction*, serta berisi tentang penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam Bab ini berisi mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, jenis data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas mengenai gambaran umum objek yang menguraikan tentang sejarah singkat objek penelitian, dan pembahasan yang menguraikan hasil penelitian analisis data.

BAB V PENUTUP

Merupakan Bab penutup yang memuat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan saran-saran serta membahas kesimpulan mengenai variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dan memberikan saran-saran yang diperlukan kepada pihak-pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**