

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif ini, salah satu hal yang sangat penting ialah kepuasan pelanggan. Yang dimana kepuasan pelanggan sendiri membuat perusahaan menjadi sangat mengutamakan hal tersebut, dikarenakan sangat berdampak khususnya bagi nama perusahaan. Sehingga kepuasan pelanggan menjadi target dan tujuan bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan bersaing dengan pesaing yang relevan dengan bidangnya.

Food and Beverage atau biasa yang kita ketahui makanan dan minuman, pada akhir ini sangat sekali menjadi suatu tempat yang populer bagi semua kalangan dari muda maupun usia yang cukup tua. Hal ini dikarenakan makanan dan minuman ialah suatu kebutuhan bagi setiap masyarakat dalam memenuhi rasa lapar dan haus mereka, namun sedang tidak memasak atau memang sedang berada di luar dan merasa sedang lapar serta haus. Bagi kaum muda membeli makanan dan minuman dari luar adalah suatu yang cukup efisien dibandingkan dengan harus memasak sendiri di rumah.

Dengan begitu banyak sekali para pengusaha yang membuka bisnis mereka ke dalam bidang makanan dan minuman, yang dianggap sangat menguntungkan dan memberikan hasil yang cukup memuaskan. Para pengusaha juga sangat memperhatikan bagaimana pelanggan dapat menyukai makanan mereka serta bagaimana pelanggan dapat menikmati suasana ketika mereka sedang menyantap hidangan, hal ini dilakukan dengan cara mereka melihat target pasar mereka mencakup rentang usia muda atau tua. Namun dari sekian banyak pengusaha membuka bisnis, mereka cenderung lebih memilih rentang usia muda yang dianggap cukup menguntungkan mereka, sebab kaum muda lebih dapat mudah dalam menyebar luaskan informasi dengan baik melalui media sosial mereka, yang membuat pengusaha mendapatkan keuntungan cuma - cuma.

Tempat yang dimaksud sekarang ini ialah kafe, yang dimana tempat tersebut menjadi salah satu tempat yang disukai oleh kaum muda, dikarenakan memiliki *Atmosfer*, Kualitas Produk dan Pelayanan yang memudahkan mereka. Terutama di dalam kota-kota besar seperti Surabaya, yang dimana salah satu kota terbesar di Indonesia, Di Surabaya juga mudah didapati kafe yang tersebar di setiap sudut, khususnya Surabaya Timur yang terdapat banyak sekali universitas terkenal yang membuat pasar kafe sangat menguntungkan dan menjanjikan.

Tidak luput dari keuntungan tersebut, para pengusaha mulai mendirikan usaha mereka, hingga saat ini kita dapat menjumpai banyak sekali kafe di sekitaran Surabaya Timur. Dengan target pasar kaum muda para pengusaha berupaya untuk dapat mengetahui tren apakah yang saat itu sedang sangat di minati oleh kaum muda agar dapat memberikan rasa harapan yang sesuai dengan apa yang diminati oleh kaum muda pada saat itu.

Kepuasan pelanggan dalam penelitian (Intan, 2024) menyebutkan jika perasaan atau penilaian emosional pelanggan terhadap penggunaan produk dan layanan dimana harapan pelanggan dapat terpenuhi. Kepuasan pelanggan dapat muncul menjadi suatu elemen yang sangat penting untuk kesuksesan serta keberlanjutan, salah satunya bagi bidang makanan dan minuman atau kafe. Pelanggan yang sangat puas dengan apa yang mereka dapatkan, akan cenderung untuk Kembali, lalu akan memberikan referensi positif melalui mulut ke mulut , dan berkontribusi pada peningkatan keuntungan pada suatu bisnis kafe.

Oleh karena itu, bagi yang memiliki atau yang sedang mengelolah kafe, pemahaman yang sangat mendalam mengenai apa saja faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi sangat penting dalam merencanakan sebuah strategi yang baik serta efektif bagi keberlanjutan dan kesuksesan. Dalam (Adnan, 2020) memberitahukan jika kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya memberikan hasil atau melebihi dari harapan itu sendiri. Kepuasan juga dapat dikatakan sebagai upaya untuk pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai, (Adnan, 2020).

Menurut penelitian dari (Arifiansyah *et al.*, 2020) menyebutkan jika kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi dari harapan. Kepuasan pelanggan dapat kita lihat melalui cara mereka mengutarakan rasa emosional mereka melalui media sosial yang dapat juga memberikan hal positif bagi pelaku bisnis, namun sebaliknya jika kepuasan pelanggan tidak selaras dengan harapan atau keinginannya akan menjadi umpan balik ke pelaku bisnis, bagaimana cara pelaku bisnis untuk bisa dapat menanggapi atau memberikan kepercayaan kembali kepada pelanggan dan bagaimana pelaku bisnis dapat memberikan kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan mereka.

Pada penelitian ini menggunakan *Expectancy Disconfirmation Theory* yang dimana dikembangkan oleh Richard L. Oliver pada tahun 1977. Pada teori ini juga banyak sekali yang menggunakannya untuk studi kepuasan pelanggan, khususnya pada konteks layanan dan produk. Hal ini juga bertujuan agar mudah untuk meneliti pengaruh dari tiga variabel utama yaitu atmosfer, kualitas produk, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Cafe Lot#1*. *Atmosfer* dari sebuah *Cafe* menciptakan pengalaman sensorik yang secara signifikan mempengaruhi emosi dan persepsi pelanggan terhadap kenyamanan dan kenikmatan mereka. Kualitas produk, yang mencakup atribut dan karakteristik dari penawaran kafe seperti rasa, kesegaran, presentasi, dan variasi dari menu makanan dan minuman, secara langsung mempengaruhi apakah harapan pelanggan terhadap cita rasa dan nilai terpenuhi. Pelayanan yang berkaitan dengan interaksi antara pelanggan terhadap dan staf *cafe*, termasuk keramahan, responsif efisiensi, dan kompetensi, berkontribusi pada perasaan dihargai dan diperhatikan oleh pelanggan.

Cafe Lot#1 yang dijadikan sebagai studi kasus dalam penelitian ini, merupakan sebuah kafe yang berlokasi di Surabaya Timur. Kafe ini dikenal dengan konsepnya yang mewah dan pemandangan kolam renang, yang berpotensi menciptakan atmosfer yang unik bagi pelanggannya. Menu yang ditawarkan *Cafe Lot#1* juga beragam mulai dari kopi dan minuman lainnya hingga makanan ringan dan hidangan utama. Dengan karakteristik ini, *Cafe Lot#1* menjadi tempat yang menarik untuk meneliti bagaimana atmosfer, kualitas karena berbagai produk, dan pelayanan berinteraksi secara simultan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *atmosfer cafe* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *cafe Lot#1*?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *cafe Lot#1*?
3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *cafe Lot#1*?
4. Apakah *atmosfer cafe*, kualitas produk, pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *cafe Lot#1*?

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan pada identifikasi masalah tersebut tidak akan dibahas secara keseluruhan karena berbagai keterbatasan dan menghindari meluasnya permasalahan serta agar lebih mudah dipahami dan dimengerti, maka dalam penelitian ini penulis memberikan batasan-batasan mengenai masalah yang diteliti, yaitu mengenai Pengaruh *Atmosfer Cafe*, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Cafe Lot#1*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh faktor *atmosfer cafe* terhadap kepuasan pelanggan pada *cafe Lot#1*.
2. Menganalisis pengaruh faktor kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada *cafe Lot#1*.
3. Menganalisis pengaruh faktor pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *cafe Lot#1*.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penulisan penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat yang terbagi menjadi dua kategori yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, adapun manfaat tersebut sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori pemasaran, khususnya dalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri *cafe*. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur yang ada mengenai pengaruh atmosfer, kualitas produk, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis bagi berbagai kalangan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen *Cafe* Lot#1

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan empiris mengenai aspek-aspek mana yang paling signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Informasi ini dapat digunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi dan meningkatkan strategi operasional dan pemasaran kafe.

2. Bagi Pelaku Bisnis *Cafe*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pembelajaran mengenai praktik-praktik terbaik dalam menciptakan kepuasan pelanggan melalui pengelolaan atmosfer, kualitas produk, dan pelayanan.

3. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan untuk mahasiswa dalam berpikir, menambah literatur perpustakaan sehingga bermanfaat bagi semua pihak, sekaligus dapat menerapkan teori dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai atmosfer, kualitas produk dan pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi landasan atau sumbangan wawasan untuk penelitian lebih lanjut. Peneliti diharapkan dapat lebih memahami tentang pengaruh *atmosfer cafe*, kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan diharapkan dapat menjadi sebuah bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan ini, maka penulis Menyusun dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian dan landasan penelitian. Adanya rumusan masalah yang menjadi fokus orientasi penelitian. Selain itu terdapat Batasan masalah agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari rumusan masalah. Serta terdapat tujuan dan manfaat yang ingin dicapai peneliti ini. Dan sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penulisan tugas akhir ini lebih terarah.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yang diperkuat dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku buku referensi serta sumber informasi lainnya yang terkait dengan pembahasan penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan penelitian. Agar hasil yang dicapai tepat, maka diperlukan langkah-langkah penelitian yang terstruktur dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dari hasil pengamatan, pengumpulan dan pengelolaan data sehingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok bahasan yang disertai dengan saran-saran bagi pihak terkait sebagai objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan untuk perkembangan dimasa yang akan datang.