

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha akhir-akhir ini berkembang sangat pesat di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyak bermunculan dan berkembangnya usaha dari berbagai industry di Indonesia. Salah satu industri yang menjadikan persaingan di Indonesia yaitu pada kedai kopi (*Coffee Shop*). *Coffee Shop* merupakan bidang usaha yang menuntut kualitas cita rasa pada kopi dan penekanan pada kualitas pelayanan tinggi. Mengingat bahwa terjadi perubahan gaya hidup pelanggan dan budaya yang sering minum kopi di kedai menjadi sangat umum dilakukan, maka pelanggan menginginkan pengalaman rasa yang enak, suasana yang nyaman dan pengalaman yang menyenangkan selama dalam proses meminum secangkir kopi. Selain mengedepankan aspek minuman yang disajikan pada kedai kopi, proses dan tahapan penyajian serta suasana pelayanan juga ikut memberikan kontribusi bagi terciptanya kepuasan pelanggan.

Starbucks merupakan perusahaan kopi dan jaringan kedai kopi yang menawarkan berbagai kopi nikmat yang berkualitas, gerai kopi Starbucks menempatkan diri mereka sebagai "*The Third Place*" atau tempat ketiga bagi para konsumen dan pelanggannya. Tempat pertama adalah rumah dan tempat kedua adalah kantor. Starbucks sebagai tempat ketiga dimana para konsumen dan pelanggan dapat

menuruti kehendak hati dan perasaan senangnya; sebuah tempat untuk rileks, menyegarkan pikiran dan bersantai sambil menikmati secangkir kopi.

Bagi pecinta kopi yang ingin menikmati secangkir kopi yang berkualitas dengan suasana santai, ini menjadi opsi menarik dan pantas disinggahi. Pecinta kopi bisa minum kopi dengan aneka kopi yang berasal dari berbagai negara di Starbucks. Beragam pilihan biji kopi dari berbagai negara seperti Indonesia, Colombia, Guatemala, Costarica, Kenya, Ethiopia tersedia. Menyajikan beragam menu kopi, Starbucks menjadi salah satu destinasi gerai kopi yang cukup populer. Selain menu kopi yang disajikan, kamu bisa menikmati menu *non-coffee* seperti coklat, teh, dan minuman dingin lainnya. Starbucks telah berdiri selama delapan belas tahun. Tak cuma minuman kopi, starbucks juga menyediakan pilihan makanan ringan seperti *sandwich*, *croissant*, *cake* dan *cookies*. Tak hanya beragam hidangan yang nikmat, suasana tempat yang tenang, nyaman dengan pemutaran musik klasik seakan mengingatkan pengunjung seperti layaknya rumah.

Starbucks merupakan gerai kopi yang mengedepankan kualitas pelayanan untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Salah satu gerai starbucks di Indonesia yaitu Starbucks yang berada di PIK Avenue Mall. Beberapa bentuk pelayanan yang diberikan oleh Starbucks PIK Avenue Mall adalah *drive-in*, *genuine friendly* dengan customer, dan kenyamanan gerai kopi. Namun, pelayanan yang diberikan oleh Starbucks PIK Avenue Mall tidak semata-mata telah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan. Seringkali terjadi perbedaan antara harapan yang diinginkan dengan kenyataan yang dialami oleh pelanggan, yang mana ini dapat menyebabkan penurunan tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Melisa selaku manajer Starbucks PIK Avenue Mall menceritakan bahwa dalam hal pelayanan terdapat kendala kurangnya karyawan, sehingga terasa kurang cepat dalam melayani pelanggan. Selain itu, pada saat jam makan siang kadangkala terjadi membludaknya pelanggan, sehingga banyak pelanggan yang tidak mendapat tempat duduk dan harus rela antri menunggu

pelanggan lain yang sudah selesai. Namun, bagi pelanggan lain yang tidak sabar menunggu, mereka lebih memilih meninggalkan restoran. Hal ini tentu saja dapat mengurangi kepuasan pelanggan.

Setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Sehingga tidaklah mudah dalam memperoleh kepuasan pelanggan. Proses pemenuhan kepuasan pelanggan, tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja, namun juga membutuhkan adanya sistem pelayanan yang mendukung, sehingga akan merasa senang dengan produk atau jasa yang dibutuhkan, serta nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan mengkaji sistem pelayanan ini adalah metode Servqual (*Service Quality*) dan Kartesius. Metode Servqual merupakan metode kualitas jasa yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. dalam Tjiptono dan Chandra (2016:149). Metode ini dapat mengukur kualitas layanan dan dapat digunakan untuk menganalisis penyebab dari permasalahan layanan tersebut. Kemungkinan yang terjadi terhadap kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan konsumen, atau sudah sesuai dengan harapan konsumen atau bahkan pelayanan yang diberikan melebihi harapan konsumen. Kemungkinan-kemungkinan tersebut dianalisis dengan mencari kesenjangan (*gap*) antara persepsi penyedia jasa dengan harapan konsumen. Skor pada *gap* ini menunjukkan nilai dari kualitas pelayanan atau nilai Servqual. Nilai Servqual dapat diperoleh dengan memberi penilaian pada masing-masing variabel, baik pada variabel persepsi maupun variabel harapan yang didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen. Hasil penilaian responden kemudian diolah sehingga dapat diketahui nilai Servqual dari pelayanan penyedia jasa. Pada metode ini, terdapat lima dimensi yang digunakan untuk mengukur suatu kualitas jasa. Dimensi ini terdiri dari yaitu *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian), dan *tangible* (bukti fisik). Dari kelima dimensi ini, kepuasan disusun diagram kartesius untuk dapat diketahui

bagaimana atribut-atribut pelayanan yang dapat diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dari beragam definisi kepuasan pelanggan yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan itu sendiri.

Starbucks PIK Avenue Mall terkadang menyajikan cita rasa kopi yang kurang konsisten menurut konsumen, sehingga banyak konsumen yang mencari gerai kopi lain yang rasa kopinya lebih enak dan saat kondisi ramai terkadang penyajiannya agak lama, serta minuman yang disajikan tidak lengkap. Pelanggan yang setia pada Starbucks PIK Avenue Mall sudah mengerti benar kondisi gerai kopi tersebut dimana jika gerai tersebut ramai, konsumen harus menunggu antrian terutama saat datang ke tempat tersebut pada hari-hari libur, sehingga tidak jarang pelanggan harus rela menunggu hanya sekedar untuk mendapatkan tempat duduk dan meja untuk minum kopi. Dengan meningkatnya persaingan akibat dari banyaknya gerai kopi sejenis yang semakin terus bertambah jumlahnya, maka Starbucks PIK Avenue Mall harus melakukan berbagai strategi alternatif agar usaha gerai kopi yang dikelolanya dapat menarik pengunjung sebanyak mungkin dan agar dapat mempertahankan para pelanggannya. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai analisis kepuasan pelanggan di Starbucks yang berada pada gerai PIK Avenue Mall. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Kartesius pada Starbucks (Studi Kasus pada Konsumen PIK Avenue Mall)”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Starbucks PIK Avenue Mall berdasarkan metode Servqual?
2. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Starbucks PIK Avenue Mall ditinjau dari Diagram Kartesius?
3. Atribut-atribut kualitas pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan Starbucks PIK Avenue Mall untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Starbucks PIK Avenue Mall berdasarkan metode Servqual.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Starbucks PIK Avenue Mall ditinjau dari Diagram Kartesius.
3. Untuk mengetahui atribut-atribut kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan Starbucks PIK Avenue Mall untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini akan diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait, diantaranya :

1. Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama dibangku kuliah dan dapat menambah wawasan mengenai tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan Gerai Kopi.

2. Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pihak yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Pengembangan disiplin ilmu

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya di Gerai Kopi yang sama maupun di tempat yang berbeda, terutama yang

berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan.