

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini dimana semakin pesatnya kemajuan zaman dan teknologi membuat banyak perubahan pada pola hidup manusia. Tentunya hal ini menjadikan kebutuhan manusia menjadi sangat beragam dan menyebabkan manusia untuk berperilaku konsumtif. Tingkat konsumsi yang tinggi diimbangi dengan daya beli masyarakat yang tinggi pula dapat menjadi peluang bagi para pengusaha agar bisnis mereka menjadi berkembang. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut pengusaha untuk menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai tambah yang berbeda dari produk pesaingnya. Produk yang memiliki kualitas paling baik akan mampu tumbuh dengan pesat dan akan mampu merebut pangsa pasar.

Pada saat ini trend *coffee shop* merupakan bisnis yang sedang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia terlebih lagi di kota - kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya dan lain lain. Munculnya trend ini menyebabkan perubahan perilaku para remaja terhadap gaya hidup, kebiasaan, dan selera. *Coffee shop* merupakan industri yang bergerak dalam bidang *food and beverage* yang sedang digemari oleh para generasi z karena di tempat ini dapat melakukan banyak hal seperti *hangout*, mengerjakan tugas, atau hanya sekedar untuk menikmati kopi saja. Selain menyajikan aneka minuman dan makanan, *coffee shop* juga menawarkan fasilitas dan keunggulan yang berbeda beda sehingga dapat menciptakan ciri khas masing masing yang menjadi daya tarik bagi pelanggan.

Dalam hal ini objek penelitian di lakukan pada *coffee shop* Pukul Satu Kopi yang berlokasi di Jalan Waru No. 17, Rawamangun, Jakarta Timur. Dalam upaya meningkatkan keputusan pelangganan terhadap pelanggan di Pukul Satu Kopi, nampaknya masih terdapat beberapa kendala yang di hadapi sehingga penjualan tidak berlangsung secara optimal. Hal ini dapat dilihat dari kurang beragamnya produk yang disediakan mulai dari jenis minuman sampai makanannya. Menurut Kotler dan Keller (2016: 358) mengemukakan bahwa “Keragaman produk adalah kumpulan dari produk dan barang dari suatu perusahaan untuk dijual oleh penjual

tertentu. Untuk jenis minuman yang disediakan hanya minuman dengan kopi yang terbuat dari campuran kopi dan susu, bukan jenis minuman yang *pure* menggunakan kopi sehingga untuk penikmat kopi sejati mungkin kurang menyukainya. Pada jenis makanan pun hanya terdapat makanan berat saja seperti adanya Chicken katsu, Rice bowl yang sesuai dengan tema pukul satu kopi yaitu *coffee shop* ala jepang tetapi untuk makanan ringan dirasa masih terasa kurang. Untuk saat ini kaum milenial menyukai sesuatu yang baru dan unik untuk menumbuhkan rasa tertarik pada diri mereka, selain itu mereka juga menyukai hal yang serba efisien dan praktis.

Menurut Utami (2017:322) Suasana *coffee shop (store atmosphere)* merupakan kombinasi dari karakteristik fisik *coffee shop* yang menciptakan citra dalam benak pelanggan. Suasana *coffee shop* meliputi banyak aspek yaitu : barang dagang, staff, bunyi suara, aroma dan jenis fasilitas tetap. Untuk suasana dan konsep dari pukul satu kopi ini cukup sesuai dengan para remaja yaitu terkesan nyaman dan minimalis. Fasilitas yang disediakan juga mendukung seperti adanya televisi, toilet, wifi, speaker, ruangan *indoor* maupun *outdoor* karena hal tersebut pelanggan pukul satu kopi cukup diminati. Akan tetapi untuk luas dari *coffee shop* tersebut masih terbilang cukup kecil sehingga tidak dapat menampung jumlah pelanggan yang datang dan untuk wilayah lahan parkir pun dirasa masih kurang luas dan belum tertata terkesan berantakan dan padat sehingga pelanggan pun kesulitan untuk menempatkan kendaraannya. Serta adanya beberapa fasilitas yang harus segera diperbaiki seperti cat tembok yang sudah hilang, bangku atau kursi yang sudah tidak layak pakai serta pintu yang sudah sulit untuk di buka.

Tjiptono (2014:15) “Pelayanan (*service*) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Pelayanan yang baik pada perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan, sehingga citra perusahaan akan meningkat dan menaikkan nilai penjualan dari perusahaan tersebut. Terlebih lagi dalam bisnis *coffee shop* ini bukan hanya bisnis yang menawarkan tentang produk saja tetapi juga dengan pelayanan yang diberikan karyawannya berupa keramahan, kesopanan terhadap pelanggan, kehandalan dalam membuat produk yang di berikan, cepat tanggap terhadap keluhan dari pelanggan dan membangun persepsi bagi perusahaan. Tentunya dengan kualitas pelayanan yang maksimal ini pelanggan akan tertarik untuk datang dan membeli produk kembali.

Pukul Satu Kopi cabang rawamangun buka pada tanggal 19 maret 2021 .Pada awal pembukaan coffee shop pukul satu kopi merupakan tempat yang banyak digemari oleh para remaja sehingga setiap harinya pelanggan yang datang sangat ramai. Fasilitas yang awal mulanya masih bagus terawat lambat laun menjadi pudar karena sering terpakai oleh pelanggan yang berbeda - beda. Keluhan - keluhan dari para pelanggan pun mulai bermunculan seperti kritikan pada akun google pukul satu kopi yang mengatakan untuk pengaturan tata letak furniture yang kurang sesuai ataupun pelanggan yang mengeluh langsung kepada para karyawan tentang kurangnya tempat duduk ataupun lahan parkir.

Maka berdasarkan permasalahan yang terjadi diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di *coffee shop* ini. Masalah yang terjadi seperti kurang beragamnya produk atau tidak tersedianya produk yang pelanggan inginkan dapat menyebabkan kurangnya persepsi pelanggan terhadap *coffee shop*. Adapun fasilitas yang kurang mendukung dan kualitas pelayanan yang dirasa masi kurang juga dapat menyebabkan rendahnya kepuasan pada pelanggan dan pelanggan pun akan beralih ke *coffee shop* lain. Tentunya permasalahan ini harus segera diatasi karena rendahnya kepuasan yang didapat oleh pelanggan akan berdampak pada menurunnya keputusan pembelian yang membuat pendapatan dari *coffee shop* berkurang dan *coffee shop* tidak mampu bertahan untuk bersaing dengan pesaing lain Penelitian ini menjadi penting dilakukan sebagai bagian dari evaluasi dan penyusunan strategi pengelolaan bidang *coffee shop* pukul satu kopi agar meningkatnya minat pembelian dan kepuasan pada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa hubungan atau tingkat pengaruh variabel (keragaman produk, suasana *coffee shop*, dan kualitas pelayanan) terhadap variael (kepuasan pelanggan).

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Pukul Satu Kopi ?
2. Apakah suasana *coffee shop* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Pukul Satu Kopi?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Pukul Satu Kopi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *coffee shop* Pukul Satu Kopi
- 2) Untuk mengetahui apakah suasana *coffee shop* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Pukul Satu Kopi
- 3) Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Pukul Satu Kopi

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan motivasi bagi peneliti maupun orang lain untuk terus belajar dan mempraktekan ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta memperluas pengetahuan mengenai dunia kerja khususnya pada sumber daya manusia.

### 2. Bagi *coffee shop* Pukul Satu Kopi

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan kontribusi kepada *coffee shop* Pukul Satu Kopi dalam mengelola *coffee shop* ke arah yang lebih baik dan memiliki pengetahuan serta wawasan yang luas.

