

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat sekarang ini perkembangan dunia usaha penyajian makanan dan minuman (*food service*) membawa para pelaku dunia usaha tersebut ke persaingan yang sangat ketat untuk mendapatkan konsumen. Persaingan itu membuat para pelaku dunia usaha tersebut berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen dapat memperoleh kepuasan yang diinginkan. Salah satu usaha penyajian makanan dan minuman saat ini yang banyak bermunculan adalah cafe, mulai dari skala kecil yang hanya beroperasi pada malam hari saja di pinggir jalan atau taman kota dengan bangunan yang tidak permanen, sampai skala besar yaitu cafe yang beroperasi dari pagi hingga malam dengan tempat yang permanen dan lebih baik.

Cafe berasal dari bahasa Prancis, secara harfiah *café* adalah minuman (kopi), tetapi kemudian menjadi tempat dimana seseorang bisa minum-minum, tidak hanya minuman kopi tetapi juga yang lainnya dan juga makanan. Saat ini sudah semakin banyak produsen *café* dan resto yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut membuat pengusaha *café* dan restoran harus berupaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Restoran dan cafe merupakan usaha jasa dan makanan dan minuman hal ini dijelaskan pada UU 10/2009 disebutkan “bahwa yang dimaksud dengan usaha jasa makanan minuman adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, *café*, jasa boga, dan bar/kedai minum”. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP2010 tentang tata cara pendaftaran usaha jasa makanan dan minuman, memberikan definisi bahwa restoran dan *café* adalah usaha penyedia makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan penyimpanan dan/atau penyajiannya, didalam satu tempat yang tidak berpindah-pindah.

Semakin berkembangnya usaha cafe ini sering dikaitkan dengan gaya hidup masyarakat akan sesuatu yang praktis dalam memenuhi kebutuhannya dalam mencari makanan dan minuman. Selain itu juga berkembangnya usaha cafe ini sering dikaitkan dengan gaya hidup masyarakat yang membutuhkan tempat yang nyaman untuk bersosialisasi dengan teman temannya (*hangout*).

Cafe Payon Kopi merupakan cafe yang bertemakan anak muda. Cafe Payon Kopi berdiri sejak bulan Agustus 2016 di Tangerang. Sajiannya berupa olahan mie, aneka roti bakar dan minuman kopi baik dingin maupun panas. Menu olahan mie dan roti bakar dan minuman kopi sebagai hidangan yang disajikan di tempat ini. Berdasarkan informasi dari sang pemilik jumlah pengunjung pada periode 2017 - 2019 seperti yang tersaji pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang
Tahun 2017 - 2019

No	Tahun	Jumlah Pelanggan	Presentase (%)
1	2017	43.728	-
2	2018	41.825	-4,35
3	2019	37.897	-9,39

Sumber: Data sekunder perusahaan

Dari tabel 1.1 diatas, jumlah pelanggan dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Dapat dilihat dari tahun 2017 ke tahun 2018 jumlah pelanggan mengalami penurunan sebanyak 1.903 pelanggan pertahunnya atau sebesar 4,35%. Selanjutnya pada tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami penurunan sebanyak 3.928 pelanggan atau sebesar 9,39 %. Hal lain yang terkadang membuat terjadinya penurunan jumlah pelanggan adalah karena tidak adanya variasi menu makanan dan minuman yang baru yang pada akhirnya membuat pelanggan memutuskan untuk memilih cafe lain yang memiliki variasi menu yang lebih banyak.

Salah satu faktor yang dapat di indikasikan mempunyai pengaruh terhadap penurunan loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi adalah suasana toko (*Store Atmosphere*). Penciptaan *Store Atmosphere* ini meliputi *Store Exterior*, *General Interior*, *Store Layout*, dan *Interior Display*. Elemen *Store Atmosphere* tersebut dapat memberikan respon dan menciptakan kenyamanan bagi konsumen pada saat menikmati suasana di dalam toko, dan dalam kelanjutannya dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa adanya permasalahan *store atmosphere* Cafe Payon Kopi yang belum maksimal diantaranya (1) pencahayaan yang kurang, (2) desain bangunan yang kurang menarik serta, (3) alunan musik yang kurang memuaskan pelanggan. Peran *store atmosphere* sendiri adalah menciptakan suasana yang nyaman, serta menimbulkan kesan yang baik sehingga dapat mempengaruhi psikologis pelanggan untuk berbelanja. *Store atmosphere* dirancang agar tidak menciptakan suasana membosankan didalam cafe tersebut memiliki daya saing dengan menciptakan perbedaan dengan cafe lainnya yang menjual menu makanan dan minuman yang sejenis.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan itu sendiri merupakan tingkat keunggulan yang dimiliki oleh cafe untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat penting dan harus diperhatikan oleh pengelola cafe, karena kualitas pelayanan melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan pencapaiannya untuk mengimbangi harapan para pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Cafe Payon Kopi diketahui ternyata masih terdapat kekurangan dari sisi kualitas pelayanan yang diberikan seperti : (1) kurangnya kebersihan cafe, (2) karyawan kurang senyum dan kurang ramah pada saat melayani konsumen, (3) Pada saat konsumen mengantri untuk dilayani, konsumen menunggu waktu selama 5 menit, (4) beberapa toilet rusak dan wastafel air kecil tidak dapat digunakan (5) pada saat sampai di meja makan banyak sisa makanan pelanggan yang tidak langsung dibersihkan dan dirapikan oleh karyawan.

Selanjutnya faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas adalah kepercayaan pelanggan. Kepercayaan akan mempunyai hubungan yang positif dengan niat ulang maupun loyalitas. Kepercayaan (*trust*) konsumen mempunyai pengaruh terhadap loyalitas berupa niat ulang melakukan pembelian, dan melakukan intensitas pembelian ulang. Berdasarkan data jumlah pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang terlihat jelas bahwa adanya penurunan jumlah pelanggan setiap tahunnya yang mengindikasikan bahwa kepercayaan pelanggan mengalami penurunan. Apabila kepercayaan pelanggan sudah timbul antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah. Kepercayaan pelanggan timbul ditunjukkan oleh suatu kredibilitas yang diperoleh dari pihak lain karena memiliki keahlian yang dikehendaki untuk melakukan suatu tugas. Kepercayaan pelanggan juga dapat diperoleh karena melakukan sesuatu hal yang terbaik kepada pihak lain melalui suatu hubungan.

Menurunnya jumlah pelanggan bisa dipengaruhi oleh turunnya kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas maka ditandai dengan rasa senang, begitu pula sebaliknya apabila pelanggan merasa kecewa maka dapat dikatakan bahwa pelanggan tersebut tidak puas. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan tingkat kepuasan pelanggan Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang masih belum maksimal seperti: (1) terdapat pelanggan yang mengeluhkan pada rasa minuman yang disajikan, (2) Pesanan terkadang tidak sesuai dengan yang dipesan, (3) terdapat karyawan yang kurang ramah kepada pelanggan, (4) Terdapat pelayanan yang lama sewaktu transaksi pembayaran sehingga pelanggan harus antri, (5) Informasi dari karyawan tentang produk sulit dimengerti.

Dengan diperoleh data tersebut Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang harus bisa memberikan pelayanan yang lebih baik lagi dan mengubah strategi-strategi pemasaran yang telah digunakan untuk menciptakan kepuasan pelanggan di Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang itu sendiri. Keluhan pelanggan dijadikan sebagai salah satu alat untuk mengukur seberapa besar kepuasan pelanggan. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di

bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Maka tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan.

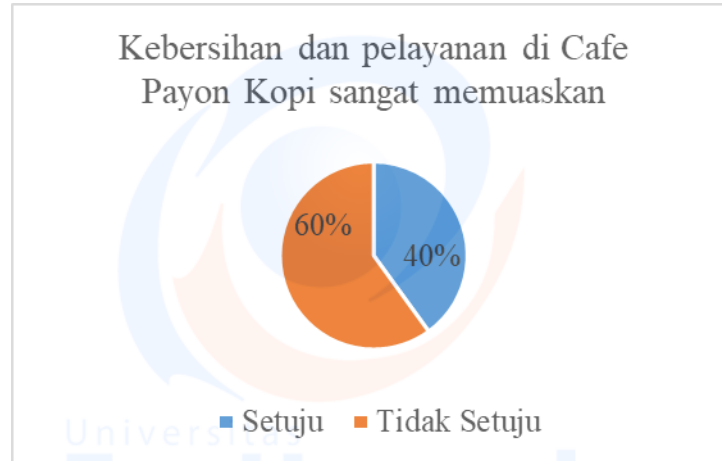
Selanjutnya untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang, maka peneliti melakukan pra-survey dengan membagikan kuesioner kepada 20 orang responden. Berikut ini adalah hasil dari pra-survey untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.



Sumber : data diolah, 2020

Gambar 1.1
Hasil Pra Survey Variabel *Store Atmosphere*

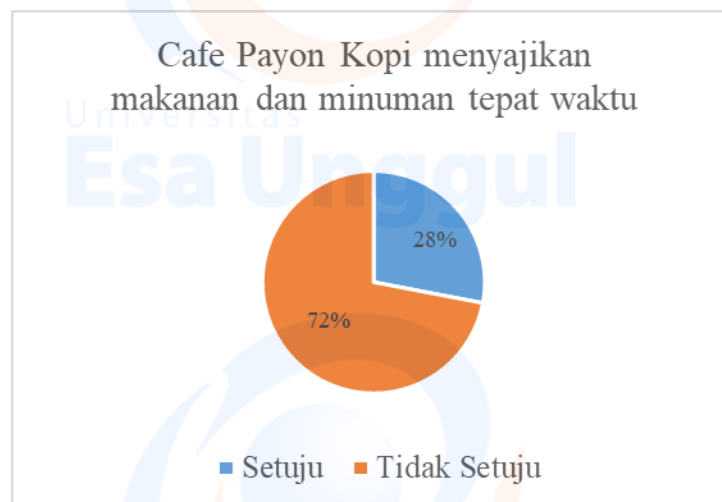
Berdasarkan pra survey kepada 20 responden dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “Design layout dan interior Cafe Payon Kopi sangat menarik” hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 14 orang (70%) memilih Tidak Setuju, sedangkan sebanyak 6 orang (30%) memilih Setuju. Berdasarkan pra survey tersebut, responden menilai bahwa *layout* dan interior Cafe Payon Kopi kurang begitu menarik hal tersebut dikarenakan pencahayaan di toko kurang begitu terang ditambah lagi *layout* toko yang begitu sempit sehingga mengganggu lalu lalang pelanggan. Suasana toko yang kurang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan dan juga loyalitas, karena pelanggan yang tidak puas mereka akan memilih untuk ketempat lain. Dalam interior sangat berperan penting untuk menarik konsumen, oleh karena itu suatu toko harus mampu menimbulkan persepsi yang bagus pada konsumen. Penataan yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian.



Sumber : data diolah, 2020

Gambar 1.2
Hasil Pra Survey Variabel Kualitas Pelayanan

Bersasarkan hasil pra survey kepada 20 responden dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “kebersihan dan pelayanan di Cafe Payon Kopi sangat memuaskan” hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 12 orang (60%) memilih Tidak Setuju, sedangkan 8 orang (40%) memilih Setuju. Menurut responden sering terjadi pelayanan yang kurang memuaskan. Contohnya, ada salah satu konsumen yang terkena noda dibajunya dan ada beberapa meja yang masih kurang baik dalam kebersihannya sehingga akan berdampak pada loyalitas pelanggan.



Sumber : data diolah, 2020

Gambar 1.3
Hasil Pra Survey Variabel Kepercayaan Pelanggan

Bersasarkan hasil pra survey kepada 20 responden dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “Cafe Payon Kopi menyajikan makanan dan minuman tepat waktu” hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 16 orang (72%) memilih Tidak Setuju, sedangkan 4 orang (28%) memilih Setuju. Menurut

responden Cafe Payon Kopi menyediakan menu yang tidak sesuai harapan konsumen hal ini dikarenakan menu yang disediakan kurang bervariasi.



Sumber : data diolah, 2020

Gambar 1.4
Hasil Pra Survey Variabel Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pra survey kepada 20 responden dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “Anda merasa puas dengan semua suasana, pelayanan dan kepercayaan pada Cafe Payon Kopi” hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 13 orang (65%) menyatakan bahwa Tidak Setuju, sedangkan 7 orang (35%) memilih Setuju. Karena responden merasa belum puas dari segi suasana cafe, pelayanan cafe dan kepercayaan dari Cafe Payon Kopi itu sendiri. Cafe Payon Kopi harus mampu mengatasi permasalahan ini dan membuat alternative cara agar mampu mengatasi masalah ini sehingga dapat membuat konsumen untuk tetap setia menjadi pelanggan yang loyal.

Banyak penelitian yang telah mengungkapkan faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan, diantaranya pada penelitian Fadhila dan Diansyah (2018), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan. Listiono dan Sugiarto (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari kepuasan konsumen dan *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah diuraikan tersebut, maka penulis tertarik mengambil penelitian yang berjudul **“Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas peneliti dapat mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. *Store Atmosphere* pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang terutama Design layout dan interior Cafe Payon Kopi kurang begitu menarik sehingga berdampak enggan nya pelanggan untuk berkunjung kembali.
2. Kualitas pelayanan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang yang belum memuaskan sehingga masih terjadinya kekecewaan dari pelanggan yang akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.
3. Dalam menyajikan makanan dan minuman Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang tidak tepat waktu, sehingga pelanggan merasa bosan yang berdampak pada tingkat kepercayaan pelanggan menjadi rendah.
4. Adanya ketidakpuasan dari pelanggan terkait dengan fasilitas dan pelayanan Cafe Payon Kopi yang akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.
5. Loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang yang menurun akan berdampak pada profit perusahaan.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Adapun dalam penyusunan skripsi ini, penulis terbatas oleh waktu, tenaga, biaya yang tersedia serta pengkajian teori-teori yang relevan oleh karena itu agar penelitian ini tidak melebar dan menyimpang serta sesuai dengan yang diharapkan maka, perlu dibuat batasan-batasan masalah. Adapun pada penelitian ini batasan masalahnya pada Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?
4. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?
5. Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?
7. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?

8. Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?
9. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?
10. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.
8. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.
9. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.
10. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada Cafe Payon Kopi Cikupa Tangerang.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas dan efisiensi perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif kedepannya .

2. Manfaat Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi penulis yaitu untuk dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Kampus Citra Raya .

3. Manfaat bagi Akademisi

Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan dalam penelitian serupa dimasa yang akan datang, di dalam dan di luar lingkungan Universitas Esa Unggul Citra Raya .