

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, sehingga banyak bermunculan persaingan usaha-usaha baru, khususnya pada perusahaan yang bergerak pada bidang yang sejenis. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk memiliki keunggulan tersendiri agar dapat menarik hati konsumen sehingga mampu bersaing, salah satunya adalah usaha dibidang *coffee shop*. *Coffee shop* menurut Atmodjo (2005) adalah suatu tempat (kedai) yang menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil. Seiring perkembangannya, selain menyediakan kopi sebagai produk utama, *coffee shop* ini juga menyediakan minuman jenis lain, makanan kecil, dan makanan berat.

Dengan adanya persaingan yang semakin ketat, menuntut pemilik *coffee shop* tersebut untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Para pelaku bisnis pun saling berlomba-lomba untuk menawarkan berbagai keunggulan dari produk yang mereka pasarkan. Mereka juga harus bisa memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan para konsumennya. Fakta ini tentu mendorong perusahaan untuk terus memaksimalkan kinerja perusahaannya, sehingga perusahaan tersebut dapat terus mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan.

Menentukan strategi pemasaran yang tepat merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan. Dengan menentukan strategi pemasaran yang tepat, hal ini dapat mendukung perusahaan untuk mampu bersaing

dengan pesaing lain dalam usaha yang sejenis. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan para konsumen. Dengan demikian tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Peningkatan jumlah *coffee shop* dan *cafe* yang ada di daerah Kabupaten Pekalongan memunculkan persaingan yang sangat ketat. *Coffee shop* harus mengerti dan melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan, jika tidak maka *coffee shop* tersebut akan cepat tertinggal dari pesaing-pesaing yang ada dan pada akhirnya menyebabkan produsen kehilangan konsumennya. Salah satu bisnis *coffee shop* yang merasakan ketatnya persaingan adalah Teman Cerita *Coffee And Space* yang berada di Jalan Wonopringgo No. 10 Pegaden Tengah, Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu bisnis *coffee shop* yang disambut antusias oleh masyarakat Kabupaten Pekalongan dan sekitarnya.

Dari sekian banyaknya pilihan *coffee shop* yang ada di Pekalongan, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih *coffee shop* tertentu. Pihak manajemen *coffee shop* harus berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, seperti kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ada di *coffee shop* tersebut.

Oleh karena itu, berhasil atau tidaknya suatu *coffee shop* dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada kualitas pelayanan yang baik. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik yang tinggi maka

pelanggan akan tetap loyal pada perusahaan tersebut, walaupun terdapat banyak perusahaan yang menyediakan produk sejenis. Berikut ini adalah daftar bisnis *coffee shop* yang berada di sekitar Kabupaten Pekalongan.

Tabel 1.1 Daftar Nama Bisnis *Coffee Shop* yang Berada disekitar Kabupaten Pekalongan

No.	Nama <i>Coffee Shop</i>	Alamat
1.	Paras Selatan	Jl. Diponegoro, Kec. Kajen, Kab. Pekalongan
2.	Loemento Cafe And Resto	Jl. Mandurorejo No. 447-245, Nyamok, Kec. Kajen, Kab. Pekalongan
3.	Ratu Bali <i>Coffee And Eatery</i>	Kulu, Kec. Karanganyar, Kab. Pekalongan
4.	Banyumili Garden	Yosorejo, Linggoasri, Kec. Kajen, Kab. Pekalongan
5.	Asar Tamkin	RT 06/RW 03 Desa Nyamok, Kec. Kajen, Kab. Pekalongan
6.	Geisa <i>Coffee And Creative Space</i>	Jl. Pesantren Kletak, Pegaden Tengah, Kec. Wonopringgo, Kab. Pekalongan
7.	Kotama Cafe	Jalan Raya Mlatensatu, Karangasari, Kec. Karanganyar, Kab. Pekalongan
8.	GSP Cafe	Jalan Raya Karanganyar, Kebonsari, Karangasari, Kec. Kajen, Kab. Pekalongan
9.	Sextor's <i>Coffee</i>	Jalan Raya Pakisputih, Nogosari, Pakisputih, Kec. Kedungwuni, Kab. Pekalongan
10.	Quiclo. <i>Coffee</i>	Jalan Raya Pegaden Tengah, Kec. Wonopringgo, Kab. Pekalongan

Sumber: Data Primer/wawancara awal oleh peneliti

Berdasarkan Tabel 1, terlihat jelas bahwa ada banyak bisnis *coffee shop* yang berada di wilayah Kabupaten Pekalongan. Untuk menjadikan pangsa pasar Teman Cerita *Coffee And Space* Kabupaten Pekalongan bisa terus meningkat, pihak pengelola harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis *coffee shop* ini. Pengelola harus memikirkan cara yang tepat untuk terus memberikan kepuasan pada pelanggannya.

Memuaskan kebutuhan setiap pelanggannya adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan bisnis. Hal ini berarti kepuasan konsumen merupakan faktor kunci dalam meningkatkan volume penjualan sebuah perusahaan.

Salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan pada pelanggannya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Majid (2009: 4), *Customer service* merupakan ilmu sekaligus seni tentang melayani pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan yang berada di garis paling depan, yang secara fungsional berada di semua lini, baik di tahap sebelum, selama, maupun sesudah dalam kegiatan produksi maupun nonproduksi suatu perusahaan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen pun akan merasa puas saat terjadinya transaksi.

Usaha dalam memuaskan hati konsumen tidaklah mudah, oleh karena itu Teman Cerita dalam menjalankan bisnisnya harus mampu memberikan kualitas pelayanan serta melakukan promosi yang baik agar target penjualan yang sudah ditetapkan dapat tercapai dan terus meningkat. Meskipun prosedur produksi dan pemasaran telah dilakukan dengan baik, pada kenyataannya volume penjualan dan jumlah konsumen di Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan masih mengalami ketidakstabilan. Berikut ini adalah tabel data penjualan di Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan.

Tabel 1.2 Data Pengunjung Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan pada Bulan Juni 2022-Juni 2023

No.	Bulan dan Tahun	Pengunjung
1.	Juni 2022	3.564
2.	Juli 2022	3.774
3.	Agustus 2022	2.909
4.	September 2022	3.050
5.	Oktober 2022	3.160
6.	November 2022	2.814
7.	Desember 2022	3.102
8.	Januari 2023	2.592
9.	Februari 2023	2.119
10.	Maret 2022	2.462
11.	April 2023	3.191
12.	Mei 2023	3.167
13.	Juni 2023	3.508

Sumber: Data Primer/wawancara awal oleh peneliti

Berdasarkan Tabel 1.2, menunjukkan bahwa penjualan yang terjadi pada bulan Juni 2022-Juni 2023 mengalami fluktuasi (naik-turun) dalam penjualan. Meskipun pada bulan tertentu penjualan terlihat meningkat, tetapi jumlah penjualan tersebut dikatakan belum optimal karena dirasa belum mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh Teman Cerita. Target penjualan yang diharapkan tercapai oleh Teman Cerita berbeda-beda setiap bulannya, hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh manajer Teman Cerita yang melihat bahwa

sebagian besar pelanggannya adalah mahasiswa sehingga faktor awal bulan, pertengahan bulan dan akhir bulan mempengaruhi target penjualan Teman Cerita. Akan tetapi target penjualan tersebut akan ditingkatkan ketika target penjualan yang sebelumnya sudah tercapai.

Tabel 1.3 Data Pengunjung Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan

Bulan	Penghasilan
Juni 2022	Rp. 288.397.700
Juli 2022	Rp. 291.600.500
Agustus 2022	Rp. 215.644.100
September 2022	Rp. 234.373.803
Oktober 2022	Rp. 249.224.501
November 2022	Rp. 212.173.700
Desember 2022	Rp. 233.515.500
Januari 2023	Rp. 199.158.800
Februari 2023	Rp. 166.574.700
Maret 2023	Rp. 196.897.200
April 2023	Rp. 320.878.600
Mei 2023	Rp. 225.894.400
Juni 2023	Rp. 244.627.300

Sumber: Data Primer/wawancara awal oleh peneliti

Dalam hal ini Teman Cerita *Coffee And Space* selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya. Bersikap ramah kepada para pelanggan ketika pelanggan tersebut ingin memesan suatu produk yang mereka inginkan adalah salah satu kualitas pelayanan yang diberikan oleh Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan. Kualitas pelayanan mempunyai banyak dimensi, diantaranya adalah bukti fisik, kehandalan pelayanan, kesigapan pelayanan, kemudahan, komunikasi, kesopansantunan, dan pemahaman kebutuhan. Sehingga bersikap ramah dalam melayani pelanggan adalah hal yang harus terus dipertahankan oleh perusahaan tersebut dalam usaha untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya melalui kualitas pelayanan yang baik.

Dari studi empiris yang telah diuraikan diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ternyata belum konsisten. Untuk itu diusulkan variabel yang dapat memediasi hubungan tersebut yaitu kepercayaan. Kepercayaan datang dari pelanggan potensial dan pihak – pihak lain yang memiliki kepedulian terhadap perusahaan. Kepercayaan diartikan sebagai keinginan untuk meyakinkan diri pada hubungan dengan partnernya berlandaskan keyakinan (Wicaksono dan Suryono, 2015).

Menurut Yoon (2002) bahwa kepuasan adalah hasil dari kepercayaan dan menunjukkan bahwa kepercayaan berkorelasi positif dengan kepuasan pengguna akhir. Dengan demikian maka kepercayaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seseorang setelah menggunakan barang atau jasa tersebut.

Kepercayaan merek didefinisikan oleh Agustin dan Singh (2005) sebagai sebuah keyakinan pada diri konsumen bahwa ia dapat mengandalkan sebuah merek untuk memberikan sesuai dengan yang dijanjikan oleh layanan atau produk itu. Tingkatan terendah dari kepercayaan yaitu tidak memiliki kepercayaan sama sekali, yang menjadi alasan besar seorang konsumen untuk tidak membeli produk dan jasa dari vendor terkait (Lee dan Turban, 2001). Ketidakpercayaan Konsumen merupakan alasan utama konsumen untuk tidak membeli produk atau jasa dari vendor terkait (Lee dan Turban, 2001).

Dengan tingginya tingkat kepercayaan konsumen maka kepuasan yang konsumen akan lebih mudah dicapai serta lebih mudah didapatkan dari suatu produk dikarenakan konsumen yang puas akan melakukan pembelian, dengan adanya pembelian yang dilandasi dengan rasa kepercayaan maka kepuasan akan

lebih mudah dicapai. Sehingga dapat dikatakan kepercayaan merupakan variabel yang kuat untuk mendukung kepuasan konsumen. Jadi, variabel kepercayaan ini erat hubungannya dengan kepuasan konsumen, karena dengan adanya rasa percaya dari seorang pelanggan pada sebuah produk, maka pelanggan akan melakukan pembelian produk tersebut, sehingga kepuasan akan didapatkan.

Setelah melakukan survei dan wawancara dengan pemilik *coffee shop*, diketahui bahwa beberapa pelanggan lebih memilih *coffee shop* lain dan mulai jarang membeli di *coffee shop* miliknya. Pemilik sempat mendapatkan kritik secara langsung dari beberapa pelanggan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang ia pekerjakan tergolong kurang ramah dan lamban dalam melayani, sehingga hal tersebut menyebabkan pelanggan enggan datang kembali meskipun pelanggan mengatakan bahwa makanan dan minuman yang dijual memiliki cita rasa yang enak dibanding dengan *coffee shop* lainnya.

Dari hasil observasi dan wawancara tersebut, maka penulis tertarik untuk menulis tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui *Customer Trust* (Kepercayaan Pelanggan) Pada Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Teman Cerita Coffee And Space Pekalongan?
2. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Teman Cerita Coffee And Space Pekalongan?

3. Apakah kepercayaan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Teman Cerita *Coffee Shop* Pekalongan?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan

2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan

3. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan kepercayaan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Teman Cerita *Coffee Shop* Pekalongan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari rumusan masalah dan tujuan adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan.

1.4.2 Bagi Praktis

Dengan adanya penulisan laporan akhir ini, diharapkan dapat memberikan

manfaat praktis bagi pihak berkepentingan, yaitu :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti terutama di bidang pemasaran, sebagai penerapan teori-teori yang telah dipelajari di masa kuliah.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi para penulis selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran dalam mengetahui kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada Teman Cerita *Coffee And Space* Pekalongan.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada umumnya penelitian ini dibuat dalam 5 (lima) bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Untuk memberikan gambarannya yang jelas mengenai hal yang akan ditulis, berikut sistematika yang lengkap dalam penulisan skripsi ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi mengenai latar belakang permasalahan mengenai fenomena apa yang terjadi di sekitar kita khususnya kebiasaan masyarakat yang berubah seiring dengan perkembangan zaman dalam hal memenuhi kebutuhan hidup, sehingga penulis bisa menentukan judul penelitian, rumusan masalah yang terjadi, tujuan penelitian dan juga kegunaan penelitian ini dilakukan, serta lebih mudah dalam membaca berisi uraian ringkasan mengenai

materi yang akan dibahas pada setiap bab didalam skripsi ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab Tinjauan Pustaka berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian ini dari berbagai ahli dan sumber, penelitian terdahulu yang sejenis yang dapat dijadikan acuan perbandingan, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, kerangka pemikiran, dan hipotesa yang diajukan dalam penelitian.

Landasan teori merupakan salah satu konsep pada uraian teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian yang akan digunakan oleh para peneliti sebagai dasar acuan atau pedoman dalam menganalisis permasalahan. Penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Dengan adanya penelitian terdahulu sangat berperan penting sebagai dasar penyusunan penelitian ini, karena kegunaannya berguna untuk mengetahui hasil yang didapat oleh peneliti terdahulu dan selanjutnya akan menjadi perbandingan hubungan antar variabel yang diteliti.

Kerangka pemikiran merupakan salah satu skema atau konsep yang menjelaskan garis besar alur pemikiran antara variabel dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang ada. Hipotesis adalah pernyataan yang berupa jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang masih perlu dilakukan analaisis untuk dibuktikan suatu kebenarannya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi tentang pendekatan yang digunakan dalam penelitian, identifikasi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan juga uji statistik yang digunakan. Variabel penelitian dan definisi operasional dalam penelitian ini yaitu menguraikan secara ringkas mengenai variabel-variabel yang digunakan serta mendefinisikan variabel secara operasional yang memungkinkan peneliti untuk melakukan pengukuran terhadap objek penelitian. Populasi dan juga sampel merupakan tahapan dalam menemukan objek penelitian yang dimulai dengan penentuan populasi dahulu, kemudian menentukan karakteristik tertentu untuk memperkecil wilayah populasi hal ini berguna untuk mempermudah dalam menentukan sampel penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan yang berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan, sehingga bab ini akan membuktikan hasil dari hipotesis yang digunakan oleh peneliti. Deskripsi objek penelitian ini berisi mengenai uraian ringkas objek yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dalam penelitian ini berisi mengenai penjelasan dari data-data yang didapat untuk dianalisis menggunakan metode analisis yang telah ditentukan dan dibantu dengan menggunakan aplikasi Smart PLS.

BAB V : PENUTUP

Bab ini akhir dari seluruh penjelasan dalam uraian tiap bab, pada bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan juga saran. Kesimpulan dalam penelitian ini merupakan uraian yang didapat dari hasil penelitian.

Saran dalam penelitian ini diajukan peneliti untuk pihak perusahaan yang bersangkutan.