

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan gerai kopi lokal di Indonesia terus meningkat tajam. Pada tahun 2019 sampai dengan 2020, terdapat kurang lebih 3000 gerai kopi di Indonesia dan diperkirakan akan terus meningkat sebesar 20% setiap tahunnya. Hal tersebut terjadi karena meningkatnya konsumsi kopi di beberapa wilayah Indonesia. Pada tahun 2019, sebanyak 25% hingga 30% kopi didistribusikan ke gerai kopi, pusat dunia hingga minimarket (the conversation.com, 2022).

Berikut ini adalah pertumbuhan jumlah gerai kopi di Indonesia yang terus meningkat tahun 2022.

**Tabel I-1
Pertumbuhan gerai kopi di indonesia**

No.	Bulan	Jumlah
1.	Juli	590
1.	Agustus	627
2.	September	672
3.	Oktober	658
4.	November	478
5.	Desember	230
Total		3.255

Sumber : The Conversation.com, 2022.

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan di negeri ini, termasuk Jawa Tengah (Jateng). Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan kopi Jateng masih belum sepopuler kopi dari beberapa provinsi di Indonesia yang lebih mendunia. Kini, kopi Jawa Tengah khususnya menempati urutan ke-7 dari seluruh jenis kopi lokal yang menjadi favorit setelah kopi Gayo, kopi

Kintamani, kopi Toraja, kopi Ijen Raung, kopi Meranti dan Kopi Flores. Perkebunan kopi di wilayah Jateng seluas 32.397,47 hektare dengan hasil produksi kopi sebanyak 1.861,87 ton Arabika dan 20.538,07 ton Robusta. Dari hasil panen tersebut, sekitar 70% merupakan sumbangsih dari petani perkebunan rakyat (Kumparan, 2021).

Meningkatnya konsumsi kopi ternyata berpengaruh terhadap penyerapan kontribusi kopi produksi di Indonesia. Maka, membuat para pelaku bisnis membuka gerai kopi untuk memenuhi kebutuhan kopi masyarakat. Larisnya bisnis gerai kopi juga ditunjang oleh gaya hidup masyarakat Indonesia. Kini, minum kopi di gerai kopi bukan hanya sekedar penghilang dahaga tapi bisa juga menjadi sebuah aktivitas seperti untuk bertemu kerabat, memberi penghiburan, serta menjadi wadah untuk mengikuti tren. Banyak juga anak muda yang memilih gerai kopi sebagai tempat bekerja atau mengerjakan tugas.

Setelah pandemi Covid-19, banyak pelaku bisnis membuka gerai kopi di Jawa Tengah yang terdiri dari 35 kabupaten dan kota. Salah satu gerai kopi yang mulai eksis di kalangan muda ada di Kabupaten Kebumen, tepatnya di Kecamatan Gombong yang bernama Warung Kopi Bike. Warung Kopi Bike mengusung tema *café* dan resto. *Café* ini beralamat di Jl. Puring Km.4, Kalitengah, Kecamatan Gombong.

Warung Kopi Bike menawarkan beragam menu makanan mulai dari menu sarapan, makan siang, hidangan penutup, *brunch* dan makan malam yang berisi makanan olahan aneka nasi, olahan mie, olahan sup dan olahan *seafood*.

Untuk minuman mulai dari berbagai macam jenis kopi, es krim, jus, aneka jamu tradisional, dan lain-lain.

Berikut ini adalah hasil dari mini riset yang dilakukan oleh penulis kepada 30 pengunjung Warung Kopi Bike, yaitu :

Tabel I-2
Hasil Observasi Pengunjung

No.	Tempat	Jumlah
1.	Merasa puas	25
2.	Tidak merasa puas	5
Jumlah		30

Sumber : Hasil Survei Pengunjung Warung Kopi Bike, 2023.

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 25 pengunjung mengaku merasa puas dan terdapat 5 pengunjung mengatakan tidak merasa puas. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa Warung Kopi Bike banyak diminati oleh masyarakat Kebumen untuk dijadikan tempat untuk bersantai maupun bersantap. Menurut Tjiptono dalam Tia (2018: 59), mengemukakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Arianto (2018: 83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Tabel I-3
Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Keterangan	Jumlah	Presentasi
Kualitas Pelayanan	20	66,7%

Suasana Café	4	13,3%
Fasilitas	6	20%
Total	30	100%

Sumber : Hasil Survei Pengunjung Warung Kopi Bike, 2023.

Berdasarkan tabel I-3 dapat disimpulkan bahwa faktor yang mendorong kepuasan konsumen di Warung Kopi Bike berniat untuk membeli disebabkan oleh faktor dari kualitas pelayanan yang berjumlah sebanyak 66,7% yang mana berarti kualitas pelayanan di Warung Kopi Bike memenuhi harapan konsumen. Faktor selanjutnya yang mendorong kepuasan konsumen adalah suasana café sebesar 13,3% dan pengaruh terakhir yaitu fasilitas sebanyak 20%.

Suasana juga berperan penting diungkapkan dari sejumlah peneliti. Berbagai riset menunjukkan pengaruh signifikan suasana terhadap kepuasan konsumen. Suasana *café* merupakan wujud dari toko maupun *cafe* yang mempunyai karakter digunakan untuk membangun kesan menarik pada pelanggan (Berman dan Evan dalam Mandasari, 2020). Menurut Arifin, dkk yang dikutip oleh Santoso (2011), mengungkapkan bahwa kondisi suasana seperti warna, desain, tata lampu dan tata letak berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen.

Bahkan menurut Pecotic, dkk yang dikutip oleh Santoso (2014), mengungkapkan bahwa konsumen bersedia membayar lebih mahal untuk memperoleh kondisi interior yang lebih baik. Suasana *café* berpengaruh pada Warung Kopi Bike dengan menyediakan beberapa spot tempat duduk di area terbuka dengan kapasitas mencapai 150 kursi dengan *view* di kelilingi sawah di

belakang *café* membuat konsumen saat makan & minum merasakan suasana pedesaan yang membuat nyaman dan santai.

Gambar I-1
Dokumentasi di Warung Kopi Bike



Sumber : Dokumentasi Pengunjung Warung Kopi Bike, 2023.

Selain kualitas pelayanan yang baik dan suasana yang mendukung, penyediaan fasilitas juga turut berperan dalam menjaring kepuasan konsumen. Menurut Dewandi (2017) fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada. Menurut Kotler (2014: 58), fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Warung Kopi Bike menyediakan fasilitas berupa bar, toilet dan mushola, tempat parkir yang luas, *live music perform* setiap hari Sabtu dan Minggu.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Café Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kopi Bike Gombang**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, suasana *café* dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Bike di Gombang. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Bike Gombang?
2. Apakah suasana *café* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Bike Gombang?
3. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Bike Gombang?
4. Apakah kualitas pelayanan, suasana *café* dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Bike Gombang?

1.3. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini jelas dan terarah, maka peneliti membatasi masalah pada hal berikut:

1. Membatasi subjek penelitian ini di Warung Kopi Bike Gombang dengan konsumen yang membeli di Warung Kopi Bike Gombang.
2. Membatasi populasi responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang telah membeli produk di Warung Kopi Bike Gombang.
3. Masalah dalam penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan, suasana *café* dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Guna menghindari meluasnya bahasan maka variabel akan dibatasi pada :
 - a. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Tjiptono dalam Tia, 2018: 59). Menurut Suryani (2018), terdapat tujuh indikator kualitas pelayanan terdiri dari :
 - 1) Kompetensi
 - 2) Akses
 - 3) Kesopanan
 - 4) Kemampuan komunikasi
 - 5) Kredibilitas
 - 6) Keamanan
 - 7) Faktor berwujud dan fasilitas fisik lainnya
 - b. Suasana *café* merupakan wujud dari toko maupun *cafe* yang mempunyai karakter digunakan untuk membangun kesan menarik pada pelanggan (Berman dan Evan dalam Mandasari, 2020). Menurut

Banat dan Wandebori (2012) terdapat 7 indikator mengenai suasana

café yaitu :

- 1) Kebersihan (*Cleanliness*)
- 2) Musik (*Music*)
- 3) Harum ruangan (*Scent*)
- 4) Suhu ruangan (*Temperature*)
- 5) Pencahayaan (*Lightning*)
- 6) Warna (*Color*)
- 7) Tata ruang (*Display/Layout*)

c. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2014: 317). Menurut Tjiptono (2014: 318), indikator fasilitas ada 6 yaitu sebagai berikut :

- 1) Pertimbangan/perencanaan spasial
- 2) Perencanaan ruangan
- 3) Perlengkapan/perabotan
- 4) Tata cahaya dan warna
- 5) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis
- 6) Unsur pendukung

d. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dan jasa yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2015). Menurut Tjiptono dan Chandra (2015),

terdapat indikator kepuasan konsumen yang dapat dirincikan sebagai berikut :

- 1) Keandalan (*Reliability*)
- 2) Keresponsifan (*Responsiveness*)
- 3) Keyakinan (*Confidence*)
- 4) Empati (*Empathy*)
- 5) Berwujud (*Tangible*)

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Warung Kopi Bike Gombang.
2. Untuk mengetahui suasana *café* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Warung Kopi Bike Gombang.
3. Untuk mengetahui fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Warung Kopi Bike Gombang.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, suasana *café* dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Warung Kopi Bike Gombang.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terdiri dari :

- 1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- a. Dapat digunakan sebagai bekal pengetahuan dan gagasan tentang pemasaran yang baik, serta diketahuinya pengaruh kualitas pelayanan, suasana *café* dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Warung Kopi Bike Gombang.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan referensi pustaka bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang didapat dalam penelitian ini yaitu bisa bermanfaat bagi pihak perusahaan khususnya Warung Kopi Bike Gombang untuk dijadikan bahan pemikiran dalam merancang strategi pemasaran khususnya yang terkait dengan kualitas pelayanan, suasana *café*, fasilitas, kepuasan konsumen.