

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi, perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin mengalami perkembangan yang pesat khususnya bisnis waralaba (*franchise*) yang kini semakin berkembang pesat di Indonesia. Semakin meningkatnya jumlah penduduk Indonesia maka semakin lebar peluang kesempatan untuk membuka bisnis waralaba ini. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Adapun berbagai jenis waralaba dimulai dari toko *dry cleaning*, *mini market*, grosir, restoran cepat saji sampai outlet kopi.

Salah satu jenis waralaba yang berkembang pesat saat ini adalah outlet kopi. Outlet kopi merupakan *trend* yang disambut baik oleh semua kalangan. Awalnya ngopi hanyalah sebuah bentuk aktivitas mengisi waktu luang dan tempat untuk istirahat dari kepenatan baik secara individu maupun komunal. Namun dalam perkembangannya ngopi telah menjadi gaya hidup dan ciri masyarakat modern saat ini. Outlet kopi menjadi tujuan yang sangat diminati oleh semua orang terutama kalangan muda untuk sekedar bersantai atau berkumpul bersama teman.

Usaha outlet pada dasarnya merupakan usaha yang sangat banyak digeluti oleh masyarakat kita. Jika diperhatikan hampir setiap sudut jalan terdapat outlet kopi, yang salah satunya adalah Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu

Medan yang terletak di Jl.Sei Serayu Medan. Outlet kopi Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan merupakan usaha yang menyajikan kopi khas aceh yaitu kopi gayo. Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo ini memiliki tiga cabang. Cabang pertama terletak di Jl.Sei Serayu No.85 Medan, cabang kedua berada di Jl.Puri No.4/20 (Amaliun) Medan, dan cabang ke tiga berada di Jl.STM Medan. Ke tiga *outlet* di atas dikelola langsung oleh pemilik perusahaan asli Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo di Kota Medan dan outlet tersebut merupakan *outlet* resmi Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo di Kota Medan.

Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan menyediakan produk minuman dan makanan yang disajikan khas aceh seperti sanger (kopi khas aceh yaitu kopi tarik dicampur dengan susu sedikit), mie aceh, dan kue thimpan. Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo juga menyediakan fasilitas seperti tempat parkir bagi konsumen yang datang berkunjung ke outlet kopi, *meeting room*, *non smoking room*, dan *mushallah*. Outlet kopi tersebut juga buka setiap hari dan perusahaan ini terus melayani konsumen yang datang, hanya saja mereka tidak melayani konsumen ketika perusahaan ini tutup pada saat lebaran Idul Fitri saja. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan memang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan kembali pada persepsi konsumen, artinya kualitas yang baik bukan berdasarkan persepsi penyediaan outlet kopi, melainkan berdasarkan persepsi konsumen, Wisnalmawati (dalam Iswayanti, 2010).

Fenomena yang terjadi di Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan mengenai kepuasan konsumen berdasarkan data yang diperoleh dari

manager Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan bahwa kepuasan konsumen dapat dikatakan masih rendah.

Hal ini dikarenakan beberapa faktor yaitu sedikitnya ketersediaan pramusaji, kasir dan orang-orang yang bertugas di Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan. Peneliti mendapatkan data dari manager bahwa sistem shift diberlakukan di Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan. Setiap shift terdiri dari 7-8 orang pramusaji, 1-2 orang kasir, barista (pembuat kopi) 3 orang, koki 2-3 orang dan diawasi oleh 1 orang manager, sementara rata-rata pengunjung di Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan per hari  $\pm$  300 orang sehingga pramusaji kadang-kadang terlihat tidak dapat melayani konsumen dengan cepat dan baik, hal ini menyebabkan timbulnya kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen seperti lamanya pesanan yang datang, sering tertukarnya makanan maupun minuman yang dipesan yang menyebabkan konsumen merasa lapar dan haus yang berlebihan serta membuat konsumen merasa bosan dan jenuh dikarenakan hal tersebut, kemudian disaat ramainya pengunjung yang datang konsumen merasa tidak terlayani dengan baik dan merasa tidak nyaman berada di Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan dikarenakan suasana yang panas dan asap rokok yang terhirup membuat nafas menjadi sesak. Tetapi tidak sedikit juga yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo sudah cukup baik.

Berdasarkan angket sementara yang telah dibagikan kepada konsumen di Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan, maka hasil yang peneliti peroleh bahwa para konsumen belum mendapatkan pelayanan yang memuaskan.

Beberapa hal diantaranya ialah lambatnya pramusaji dalam melayani konsumen yang mau memesan, makanan yang tidak sesuai dengan pesanan, pesanan yang tertukar dengan konsumen lain, makanan atau minuman yang belum dibersihkan di meja sehingga konsumen kurang nyaman untuk menempati meja tersebut. Hal ini disebabkan oleh sedikitnya pramusaji yang bekerja sehingga konsumen tidak mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan.

Peneliti juga mendapatkan informasi mengenai kurang memuaskannya pelayanan di Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu dari seorang konsumen. Hal ini diungkapkan dalam wawancara personal dengan konsumen tersebut yaitu sebagai berikut :

“Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu merupakan kafe yang menyajikan kopi khas Aceh. Dari segi tempat, wilayahnya cukup luas dan enak untuk ngopi bersama teman-teman. Kalau hidangannya enak dan cocok dijadikan referensi sebagai tempat nongkrong. Sedangkan harga di kafe ini sangat terjangkau dilihat dari segi kualitas tempat dan makanan yang disajikan. Tetapi pelayanan di kafe ini menurut saya kurang memuaskan karena saya pernah memesan makanan tetapi makanan tersebut tidak sesuai dengan apa yang saya pesan dan ada beberapa meja yang terlihat masih adanya sisa makanan/minuman yang tidak dibersihkan oleh pelayan.” (M. Dodit, 16 Juli 2016).

Konsumen juga dapat menilai kinerja suatu produk atau jasa menurut berbagai harapan para konsumen, yang dapat menghasilkan tiga penilaian yang mungkin timbul, seperti adanya kinerja yang sesuai dengan harapan konsumen yang dapat menimbulkan perasaan netral, kinerja lain juga dapat menimbulkan harapan yang lebih disebut sebagai pemenuhan harapan secara positif yang dapat menimbulkan kepuasan, dan kinerja dibawah harapan yang menimbulkan pemenuhan harapan secara negatif atau adanya ketidakpuasan (Schiffman dalam Siagian, 2004).

Konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk ataupun jasa juga melibatkan persepsi mereka terhadap kualitas yang menjadi faktor penentu kepuasan konsumen (Kotler dkk, 2000). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya, dimana jika kinerja juga gagal dalam memenuhi harapan pelanggan akan merasa tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan pemenuhan harapan konsumen, pelanggan akan puas (Kotler,dkk, 2000).

Untuk menambah kepuasan konsumen, para pengusaha outlet kopi seharusnya bisa menciptakan sesuatu tampilan yang berbeda dan unik, yaitu dengan memberikan nama yang unik serta cita rasa yang berbeda, dan suasana tempat yang unik dan berbeda dari yang lainnya akan tetapi tidak menghilangkan ciri khas dari acehnya, tujuannya adalah untuk menarik para pelanggan. Dengan adanya persaingan yang begitu ketat maka pihak perusahaan juga menambahkan kualitas pelayanan di dalam usaha outlet kopi ini, karena kualitas pelayanan menjadi salah satu alasan penting untuk mempertahankan konsumen, karena dikhawatirkan apabila tidak memiliki kualitas pelayanan yang tidak baik maka dapat dipastikan konsumen tidak ingin datang kembali ke perusahaan yang sama karena tidak mendapatkan apa yang konsumen harapkan. Dikatakan suatu pemasaran dapat dijalankan dengan sukses dengan adanya peran pelayanan dari suatu perusahaan tanpa mengabaikan kegiatan pemasaran lainnya (Kotler, 2001).

Sangat tidak dipungkiri bahwa dunia usaha saat ini sangat berkembang begitu pesat dan membuat outlet kopi ini semakin berhati-hati dalam memasarkan produknya karena kondisi pasar saat ini sangat penuh dengan produk yang banyak

ditawarkan dengan berbagai strategi promosi. Oleh sebab itu, outlet kopi harus sangat aktif memperhatikan perubahan pasar dan kebutuhan konsumennya agar dapat mengambil keputusan dengan cepat dan tepat mengenai strategi promosi dan produk yang akan ditawarkan.

Setiap outlet kopi memiliki manajemen yang berbeda satu sama lain, hal ini juga sangat terkait dengan cara bagaimana kualitas pelayanan dan bagaimana cara penyajian yang diberikan sehingga outlet kopi tersebut memiliki ciri khas yang berbeda untuk menarik para konsumen. Ditambah dengan konsumen masa kini sangat dibanjiri banyak pilihan barang dan jasa yang dapat mereka beli. (Kotler, dkk, 2008) menyebutkan dalam menentukan pilihan, konsumen didasari oleh persepsi mereka akan kualitas pelayanan dan penilaian dari konsumen tentang kualitas pelayanan yang ada. Maka kualitas barang atau jasa ditentukan oleh seorang konsumen (Mowen, 2001).

Masalah kepuasan atau ketidakpuasan merupakan sikap dari konsumen terhadap produk dan jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan dan jasa. Konsumen akan merasa puas, jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen demikian pula sebaliknya, Wells dan Prenskey (dalam Dwiastuti, dkk 2012). Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, merupakan aspek yang penting dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2005).



Kualitas didefinisikan sebagai sesuatu yang sesuai dengan keinginan konsumen, juga sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Sunarto, 2004). Perusahaan harus menilai persepsi konsumen berdasarkan kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan (Mowen, 2001). Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atau keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi konsumen, melalui kualitas pelayanan seorang konsumen dapat memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2001).

Kualitas pelayanan juga merupakan gambaran perbedaan antara harapan harapan dari pelayanan oleh pelanggan dan pelayanan yang dirasakan. Jika harapan yang dirasakan oleh konsumen lebih besar dari kinerja dan mutu yang dirasakan juga kurang memuaskan sehingga dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen dapat terjadi (Parasuraman dalam Sunarto, 2006)

Selain kualitas pelayanan ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pada konsumen seperti kualitas produk, harga, faktor situasi, personal, namun faktor pertama merupakan hal yang tidak kalah penting untuk sebuah perusahaan dengan menciptakan kualitas pelayanan. Konsumen yang merasa puas dengan produk atau jasa yang diterima, maka konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan mengkonsumsi ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul

dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut.

Penelitian tentang kualitas pelayanan sudah pernah dilakukan oleh Iswayanti (2010). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian tersebut sangat memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan meliputi adanya pelayanan yang sangat cepat, pelayanan dari pegawai sangat ramah dan fasilitas yang baik dapat mempengaruhi konsumen dan memutuskan untuk melakukan pembelian dan secara signifikan kualitas pelayanan sangat berhubungan terhadap kepuasan konsumen, bahkan konsumen cenderung kecewa apabila pelayanan yang diberikan perusahaan tidak berkualitas dengan baik.

Namun penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, juga pernah dilakukan oleh (Desanto, 2008) yang melihat bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan berpengaruh untuk membuat konsumen datang kembali ke perusahaan yang sama. Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan lebih berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan konsumen dan konsumen yang merasa puas dapat berpengaruh terhadap intensitas kunjungan kembali di tempat yang sama dari konsumen. Penelitian lain yang juga dilakukan oleh (Aryani, dkk 2010) mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menyatakan dalam pengujian hipotesis bahwa pengaruh kualitas pelayanan yang dihasilkan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga konsumen tidak menjadi loyal.



Pelayanan yang berkualitas tidak menjamin pelanggan akan menjadi puas akan pelayanan yang diberikan dan karena kualitas pelayanan perusahaan lain memiliki pengaruh yang sangat lemah terhadap penciptaan kepuasan hingga loyalitas pada konsumen. Adapun penyebab pengaruh yang sangat lemah dari kualitas pelayanan dapat dianalisis karena ada faktor-faktor lain di luar faktor kualitas pelayanan yang lebih memberikan pengaruh yang kuat dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari latar belakang yang dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian *“Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Sei Serayu Medan”*

## **B. Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini masalah yang akan dibahas atau diteliti perlu ditetapkan dan dirumuskan terlebih dahulu. Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa tersebut. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan perilaku yang nyata diberikan oleh perusahaan yang memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen, serta dapat

mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan dan dengan adanya ikatan dalam waktu panjang perusahaan akan memahami terus kebutuhan konsumen dan harapan pelanggan. Kemudian kualitas pelayanan juga didukung oleh beberapa aspek yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *emphaty* (empati), *assurance* (kepastian), *tangible* (keberwujudan).

Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti yang terjadi di Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan. Setelah melakukan pra survey oleh peneliti, konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan mereka cenderung akan berpikir kembali lagi untuk kesana, sedangkan konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan mereka akan kembali lagi untuk datang. Apabila konsumen tidak mendapatkan kualitas pelayanan yang baik seperti yang diharapkan oleh kosumen, maka konsumen akan merasa kecewa dan mereka akan mudah beralih ke tempat lain.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui pokok permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan.

### **C. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini ditinjau dari identifikasi masalah adalah kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah ada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam pengembangan ilmu psikologi, khususnya di bidang Psikologi Industri dan Organisasi bagian perilaku konsumen.
- b. Memperkaya kajian empiris mengenai kualitas pelayanan yang dikaitkan dengan kepuasan konsumen.
- c. Dapat dijadikan refrensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dengan melihat aspek atau faktor lainnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan mengenai hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

- b. Bagi masyarakat umum penelitian ini diharapkan mampu memberikan suatu tambahan wawasan umum ataupun pengetahuan mengenai kualitas pelayanan Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Sei Serayu Medan, penelitian ini diharapkan berguna bagi para pembaca sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

