

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Minuman kopi yang memiliki aroma dan rasa khas saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat luas. Kedai kopi atau coffeeshop maupun kafe yang menyuguhkan berbagai racikan kopi juga banyak bermunculan di hampir seluruh wilayah di Indonesia. Direktur Tanaman Tahunan dan Penyegar, Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian, Heru Tri Widarto, mengatakan bahwa konsumsi kopi domestik pada 2020 mencapai 294.000 ton. Naik 13,9% dibandingkan tahun 2019 sebesar 258.000 ton.

Belakangan ini aktivitas hangout di kafe yang sudah jadi kebutuhan dalam berinteraksi sosial memang bergairah. Dari survei yang digelar Visi Teliti Saksama pada periode 31 Desember 2021 hingga 5 Januari 2022, mengonfirmasi bahwa kunjungan masyarakat ke kafe beberapa waktu terakhir dilandasi kebutuhan sosial seperti ingin merasakan suasana yang berbeda dari rumah (47,7%), ingin berkumpul bersama teman atau keluarga (49%), dan menikmati makanan di tempat tertentu (54,2%) (Alfian *et al.*, 2022a)

Berkunjung ke cafe dan restoran siap saji merupakan suatu trend gaya hidup bagi hampir semua kalangan, di sekolah selesai jam pelajaran, di kampus di antara jam kuliah, bahkan di kantor sepulang jam kantor. Sudah menjadi hobi di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Malang, dan kota-kota lainnya di Indonesia. Apalagi jika harga makanan murah dan enak. Semakin tingginya daya beli masyarakat, cafe dan restoran cepat saji semakin kebanjiran pembeli. Lokasi yang strategis, harga murah, tempat yang nyaman, menu minuman dan makanan yang variatif, pelayanan yang baik akan menjadikan cafe atau resto menjadi salah satu tempat nongkrong favorit masyarakat saat ini.

Minuman kopi yang memiliki aroma dan rasa khas saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat luas. Kedai kopi atau coffeeshop maupun kafe yang menyuguhkan berbagai racikan kopi juga banyak bermunculan di hampir seluruh wilayah di Indonesia. Direktur Tanaman Tahunan dan Penyegar, Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian, Heru Tri Widarto, mengatakan bahwa konsumsi kopi domestik pada 2020 mencapai 294.000 ton. Naik 13,9% dibandingkan tahun 2019 sebesar 258.000 ton (Affandi, 2021).

Belakangan ini aktivitas hangout di kafe yang sudah jadi kebutuhan dalam berinteraksi sosial memang bergairah. Dari survei yang digelar Visi Teliti Saksama pada periode 31 Desember 2021 hingga 5 Januari 2022, mengonfirmasi bahwa kunjungan masyarakat ke kafe beberapa waktu terakhir dilandasi kebutuhan sosial seperti ingin merasakan suasana yang berbeda dari rumah (47,7%), ingin berkumpul bersama teman atau keluarga (49%), dan menikmati makanan di tempat tertentu (54,2%) (Alfian et al., 2022b).

Mojokerto saat ini terkenal sebagai Kota yang memiliki berbagai jenis makanan yang beraneka ragam, hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya usaha-usaha yang diciptakan khususnya usaha kuliner yang semakin berkembang pesat, hal ini bisa kita lihat pada viralnya akun-akun sosial media seperti youtube dan instagram yang mereview dan mempromosikan wisata kuliner di Kota Mojokerto.

Akun-akun instagram seperti @kulineran.mjk; @mojokertoculinary; @kulineraslimojokerto dan akun youtube @mojokertojalanjalan sangat intensif mereview wisata kuliner di Kota Mojokerto. Hal ini tentu saja menandakan banyaknya cafe-cafe baru yang bermunculan di Kota Mojokerto dan membuat cafe dijadikan tempat yang sangat diminati. Belakangan ini bisnis kuliner menjadi salah satu pilihan investasi yang cukup menggiurkan, berwirausaha di bidang kuliner semakin banyak dilirik oleh investor, terutama di Kota Mojokerto yang merupakan kota wisata dan budaya dengan kuliner yang beraneka ragam.

Namun untuk dapat bersaing dalam usaha kuliner yang sangat banyak pesaingnya ini, para pelaku usaha khususnya cafe harus mampu memberikan kepuasan kepada setiap pelanggan yang datang baik dari segi fasilitas, produk yang ditawarkan, maupun kualitas pelayanan yang diberikan. Karena jika pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan cafe tersebut, pelanggan akan bersikap loyal dan akan membicarakan hal-hal positif kepada teman-teman maupun keluarga pelanggan terhadap cafe tersebut.

Menurut Minarti & Segoro (2014) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang teratur. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang kuliner dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Salah satu keuntungan strategis bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan merupakan imbalan dari loyalitas yang bersifat jangka panjang dan kumulatif.

Seperti dikatakan oleh Kotler & Keller (2012) perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang. Loyalitas pelanggan dapat diraih apabila perusahaan telah memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggan, sesuai dengan harapan pelanggan atau bahkan melebihi dari harapan pelanggan.

Bagi suatu perusahaan maupun pelaku usaha kualitas pelayanan merupakan sebuah kunci yang dapat membedakan pelayanan suatu perusahaan dengan pesaingnya, oleh karena itu kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan serta kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini sangat terkait erat dengan layanan (*service*) baik sebelum maupun sesudah layanan itu diberikan kepada pelanggan serta hubungan dan interaksi yang baik kepada pelanggan. Maka demikian, pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan

kepada pelanggan untuk menjalin suatu ikatan yang kuat dengan perusahaan. Sebaliknya apabila pelayanan buruk maka reputasi perusahaan juga akan menurun.

Menurut Lupiyoadi (2006) *service quality* (kualitas pelayanan) dapat didefinisikan sebagai tingkat mutu pelayanan yang diharapkan dengan melihat seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan begitu juga dengan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kepuasan (*satisfaction*) menurut Wirtz & Lovelock (2018) adalah penilaian yang mengikuti serangkaian interaksi produk pelanggan. Kepuasan (*satisfaction*) menurut Kotler & Keller (2012) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika produk melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai indikator utama dari standart suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui hasil kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga/meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada

pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan pelanggan guna mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Cafe Budaya Kopi adalah sebuah kedai kopi di Jl. Pekayon Kota Mojokerto bergaya industrial modern yang semenjak awal beridir ingin mengedukasi para peminum kopi terutama para penikmat *second wave* bahwa kopi tidak selamanya pahit, namun juga memiliki rasa yang unik dan kompleks. Cafe tersebut merupakan Cafe yang cukup famous di Kota Mojokerto dan selalu didatangi pengunjung setiap harinya. Cafe Budaya Kopi tidak hanya menjual minuman kopi dan berbagai aneka makanan tetapi juga menjual biji kopi lokal maupun internasional dengan kualitas yang bisa dibilang sangat baik yang menjadi salah satu kelebihan kedai ini. Bersama Loodst Coffee salah satu kedai kopi yang juga di Kota Mojokerto Cafe Budaya Kopi merupakan pioner Cafe di Mojokerto sejak 2012 yang selalu didatangi pengunjung setiap harinya karena tempatnya yang cukup kekinian untuk generasi milenial. Tidak hanya menjual espresso tetapi juga menjual kopi kemasan dan berbagai aneka makanan.

Berdasarkan hasil observasi menurut pihak pengelola Cafe Budaya Kopi, pada Tahun 2020 mengalami penurunan penjualan, hal ini dikarenakan kebijakan PPKM yang diterapkan oleh pemerintah terkait meningkatnya penyebaran virus covid-19 saat awal pandemi. Selain itu pada tahun tersebut di Mojokerto mulai berdiri banyak Cafe-Cafe yang juga tidak hanya menjual kopi tetapi juga beraneka makanan lainnya. Saat ini banyak Cafe bermunculan di Mojokerto seperti di wilayah Meri, Wates, Surodinawan dan wilayah lainnya. Banyaknya Cafe baru tentunya menjadi persaingan yang jelas oleh Cafe Budaya Kopi. Untuk itu pihak pengelola Cafe harus memberikan pelayanan yang dampaknya dapat memuaskan pelanggan.

Ketatnya persaingan dari berbagai Cafe yang bermunculan saat ini merupakan permasalahan yang dihadapi oleh Cafe Budaya Kopi untuk

mempertahankan loyalitas dari pelanggannya yang sudah sejak lama menjadi pelanggan karena keunikan Cafe dan cita rasa yang disuguhkan selama ini. Oleh karena itu pengelola harus menyusun strategi terutama dalam peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan para pelanggan seperti yang dijelaskan pada pemaparan teori diatas. Selain itu beberapa penelitian terdahulu seperti Pradnyadewi & Giantari (2022) dan Balinado *et al* (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atau sebaliknya.

Kualitas pelayanan dipandang sangat penting dalam upaya memasarkan produk agar semakin unggul dalam persaingan pasar. Salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan (Tjiptono, 2018). Hal inilah yang menjadi pertimbangan bagi pihak kedai atau kafe untuk memiliki standar prosedur pelayanan yang baik mulai dari pemesanan hingga ke penyajian sehingga pelanggan memiliki respon yang positif dan merasa puas terhadap pelayanan yang diterima. Pelayanan erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan makanan dan minuman sejatinya menerapkan pelayanan prima yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan memiliki keinginan untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Budaya Kopi Mojokerto”

1.2. Rumusan Masalah

Cafe Budaya Kopi adalah sebuah kedai kopi di Kota Mojokerto yang semenjak awal ingin mengedukasi para peminum kopi terutama para penikmat second wave bahwa kopi tidak selamanya pahit, namun juga memiliki rasa yang unik dan kompleks. Cafe tersebut merupakan Cafe yang cukup *famous* di Kota

Mojokerto dan selalu didatangi pengunjung setiap harinya. Cafe Budaya Kopi tidak hanya menjual minuman kopi tetapi juga menjual biji kopi lokal maupun internasional dengan kualitas yang bisa dibilang sangat baik yang menjadi salah satu kelebihan kedai ini. Dengan gaya hidup minum kopi masyarakat masa kini, setiap pelanggan memiliki preferensi masing-masing dalam memilih tempat hangout. Setiap café akan berusaha membuat citra yang baik sehingga menimbulkan kepuasan bagi pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang pembentukan kepuasan pelanggan dalam sebuah café. Kepuasan merupakan rasa yang dimiliki para pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan atau barista. Ketidakpuasan dapat diakibatkan karena kinerja barista yang diterima tidak sesuai atau tidak memenuhi harapan pelanggan.

Rumusan masalah merupakan bentuk pertanyaan yang dapat memandu peneliti untuk mengumpulkan data di lapangan. Ketika menyusun sebuah rumusan masalah harus memperhatikan teknik perumusan masalah. Sehingga dalam melaksanakan penelitiannya tidak mengalami kesalahan atau kegagalan (Sugiyono, 2019). Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik pelanggan Cafe Budaya Kopi Mojokerto?
2. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Budaya Kopi Mojokerto?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi karakteristik pelanggan Cafe Budaya Kopi Mojokerto.

2. Untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Budaya Kopi Mojokerto.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai sumbangsih buah pikiran dan diharapkan dapat menambahkan wawasan, pengetahuan, serta melatih kemampuan analisis peneliti mengenai permasalahan tentang kualitas pelayanan.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi yang dapat dijadikan perbendaharaan ilmu. Dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan referensi bagi penelitian sejenis yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai sumber informasi dan saran untuk perusahaan agar dapat mengelola strategi usahanya dari segi pelayanan pelanggan.