

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis kopi di Yogyakarta saat ini terbilang sangat pesat. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan kopi yang membuka *coffeeshop* dan membuka beberapa cabang yang tersebar di wilayah Yogyakarta. Sejalan dengan adanya perkembangan tersebut munculah persaingan antar perusahaan kopi di wilayah Yogyakarta. Oleh karena itu, untuk memenangkan persaingan tersebut dan mempertahankan eksistensinya, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumennya dengan baik. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumennya tersebut, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya (Kotler dan Armstrong, 2008).

Salah satu strategi dalam mengembangkan dan menjalankan bisnis kopi di Yogyakarta yaitu dengan mengutamakan kualitas pelayanan yang baik dan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hal ini yang membuat persaingan perusahaan kopi semakin aktif melakukan berbagai macam strategi untuk dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis kopi. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung. Kualitas pelayanan dibagi dalam lima dimensi, yaitu,

tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Apabila kelima dimensi tersebut dapat dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan maka akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Kotler dan Ketler (2009), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Pelanggan membentuk ekspektasi tersebut dari banyak sumber, seperti pengalaman masalalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan. Menyadari pentingnya kepuasan pelanggan demi memenuhi atau melebihi ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan, mengharuskan perusahaan kopi saling bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumennya. Selain dari sisi perusahaan, pelanggan juga memiliki tuntutan yang semakin meningkat akan pelayanan. Melacak ekspektasi kepuasan konsumen saja tidaklah cukup, perusahaan kopi juga harus mengamati kinerja pesaing lainnya.

Di Yogyakarta pelaku bisnis kopi sangat banyak. Salah satunya adalah Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta. Lokasi ini dipilih karena salah satu *Coffee Shop* dengan menu kopi terlengkap dan terbesar di Yogyakarta. Lokasi ini juga yang akan menjadi objek penelitian di dalam penelitian ini. Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kopi yang menyediakan berbagai rasa kopi dari semua daerah di Nusantara. Perusahaan tersebut memulai bisnisnya pada tahun 2006 selama berdirinya perusahaan

tersebut sering terdapat keluhan dari sebagian pelanggan terutama tentang pelayanan yang diberikan oleh karyawan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta. Hal ini yang selalu menyebabkan ketidakpuasan pelanggan atau pelayanan yang diberikan perusahaan, seperti keterlambatan pengantaran pesanan, kasir kurang teliti pada saat melakukan transaksi, sikap dan cara karyawan pada saat melayani pelanggan, sehingga perusahaan harus membenahi pelayanan terhadap pelanggan.

Pada awal tahun 2010, Goeboex Coffee membenahi sistem manajemennya dengan mengganti pola transaksi guna memudahkan proses transaksinya. Serta menambah fasilitas seperti live musik dan wifi guna menarik pelanggan. Di pertengahan tahun 2015, Goeboex Coffee melakukan inovasi yakni dengan menambah menu baru serta perbaikan fasilitas interior seperti BAR, Roastery dan juga menambah pengawasan CCTV guna meningkatkan keamanan pelanggan. Dengan ketatnya persaingan di era modern, Goeboex coffee bekerjasama dengan GO-FOOD untuk memudahkan pelanggan membeli produknya.

Berdasarkan penelitian terdahulu terjadi *Research GAP* yakni menurut Pratomo (2017), menyatakan bahwa variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* berpengaruh positif sedangkan *emphaty* berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Sunarti dan Apriyani (2017), menyatakan bahwa variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Putri (2019), menyatakan bahwa variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lauw dan Kunto (2013), menyatakan bahwa variabel *tangible* dan *reliability* berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI GOEBOEX COFFEE ROASTERY YOGYAKARTA.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta?
2. Apakah *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta?
3. Apakah *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta?
4. Apakah *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta?
5. Apakah *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta?
6. Apakah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah hanya di bidang pemasaran, khususnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta.
6. Untuk mengetahui pengaruh *tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan emphaty* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Goeboex Coffee Roastery Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa, guna memberikan kepuasan kepada konsumennya.

2. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dengan harapan dapat memberikan tambahan wawasan serta pengetahuan.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan serta memberikan informasi atau masukan terhadap penelitian selanjutnya.