

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbagai macam peluang bisnis saat ini yang dapat dijadikan sebagai salah satu usaha, yaitu bisnis *café* and resto. Dari banyaknya kebutuhan dan keinginan konsumen akan *café* dan resto menjadikan peluang usaha bagi para pelaku bisnis sehingga perkembangan *café* dan resto semakin pesat. Pesatnya perkembangan usaha bisnis *café* and resto menjadikan para pengusaha saling bersaing untuk mendapatkan perhatian dan ketertarikan konsumen dengan berbagai cara yang semakin *creative* dan inovatif.

Hasil riset Sugianto (2019) perusahaan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri HOREKA (Hotel, restoran, dan *cafe*), bersama Majalah MIX MarComm mencatat jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai. Angka itu ternyata meningkat hampir tiga kali lipat atau bertambah sekitar 1.950 gerai dari 2016 yang hanya sekitar 1000. Angka *rill* jumlah kedai kopi ini bisa lebih besar lagi dikarenakan sensus kedai kopi hanya mencakup gerai-gerai berjaringan di kota-kota besar.

Pertumbuhan *café* dan restoran di Indonesia semakin tinggi, yaitu 1,48% dibanding sektor lain di bidang industri kreatif sebesar 0,98% (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014). Sedangkan untuk pertumbuhan sektor kuliner nasional juga mengalami kenaikan yang lebih tinggi dengan rata-rata sebesar 1,05%. Dimana hal ini dipengaruhi oleh

hambatan yang cukup rendah untuk masuk ke industri kuliner (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014).

Tabel 1.1

Jenis	2016	2017	2018	2019	2020
Restoran	600,00	437,00	1.163,00	1.002,00	1.056,00
Rumah Makan	1.162,0	1.284,00	846,00	1.007,00	1.037,00

Sumber : (Anonim, 2020)

Selama kurun waktu 4 tahun jumlah restoran DIY naik 76% dari 600 buah di tahun 2016 menjadi 1.056 buah di tahun 2020. sedangkan jumlah rumah makan relatif sama, yakni 1.162 buah tahun 2016 turun sedikit menjadi 1.037 buah pada tahun 2020 (Anonim, 2020). menunjukkan bahwa jumlah restoran dan rumah makan semakin banyak. Hal ini tentu akan meningkatkan tingkat persaingan semakin ketat dalam berbisnis kuliner ini. Pelaku bisnis harus memiliki strategi bisnis yang tepat.

Cafe merupakan tempat minum dimana pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, dan kue-kue (KBBI, 2021). Pada saat ini perkembangan usaha *café* di Kota Yogyakarta semakin pesat, sehingga perusahaan dituntut untuk mampu bersaing guna merebut dan menguasai pasar. Salah satu caranya, yaitu memiliki ide *creative* dan inovatif sehingga usaha memiliki ciri khas yang membedakan dari pesaing dari segi kualitas layanan, kualitas produk, dan *store atmosphere*. Pada saat ini *café* tidak hanya sekedar tempat minum kopi melainkan sebagai tempat berkumpul dengan keluarga, kolega, dan tempat belajar bagi para mahasiswa di Yogyakarta. Oleh karena itu

para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi yang dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen. Sehingga membuat para konsumen terkesan dari pengalaman mereka mengkonsumsi produk dan jasa.

Pada saat ini, dunia sedang dilanda pandemic Covid-19 yang mengakibatkan penurunan perekonomian di berbagai negara termasuk Indonesia. Perekonomian Indonesia dan beberapa negara lainnya ikut berkontraksi. Pada kuartal II-2020, pertumbuhan ekonomi Indonesia tertekan hingga negatif 5,32% dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu. Kontraksi ini lebih dalam dibandingkan kuartal sebelumnya sebesar 2,97%. Hal ini menyebabkan kerugian, bukan hanya pemerintah namun juga bagi para pengusaha.

Dampak dari pandemi Covid-19 ini cukup tinggi, para pengusaha dituntut untuk dapat menyesuaikan bisnis mereka dengan peraturan penanggulangan pandemic Covid-19 yang dikeluarkan oleh pemerintah. Bagi perusahaan yang tidak mematuhi peraturan pemerintah akan terancam untuk ditutup hingga prosedur hukum dicabut. Hal ini menyebabkan banyaknya perusahaan yang gulung tikar karena tidak dapat mematuhi prosedur yang diberlakukan pemerintah. Serta menurunnya tingkat konsumsi para konsumen sehingga pembelian produk suatu perusahaan tersebut juga mengali penurunan. Dampak dari Covid-19 ini menjadi tantangan bagi perusahaan untuk dapat menaikkan kembali tingkat penjualan produk dengan melakukan inovasi-inovasi yang dapat mencapai keunggulan kompetitif.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk telah diteliti oleh beberapa peneliti terdahulu. Hasil penelitian Putri *et al.*, (2014), bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan Safitri *et al.*, (2017) menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Berman & Evans (2018), *store atmosphere* mengacu kepada karakteristik fisik toko yang meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli.

Store atmosphere tidak hanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian, tetapi juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Heung & Gu (2012) menyatakan bahwa “*although all determinants of customer satisfaction deserve attention in research and practice, atmospherics may, to a large extent, determine the overall degree of such satisfaction in the restaurant industry*”. Meskipun semua faktor yang menjadi penentu kepuasan pelanggan perlu diperhatikan dalam penelitian dan praktek, untuk sebagian besar mungkin suasana menentukan tingkat keseluruhan kepuasan di industri restoran.

Hasil penelitian Lauw & Kunto (2013) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan menurut penelitian dari Safitri *et al.*, (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Sunyoto (2012), mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan

dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan layanan yang diberikan dengan layanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara layanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen.

Runtunuwu *et al.*, (2014) pada penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan menurut Ramadhan & Mahargiono (2020), menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan *durabilitas*, *reliabilitas*, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler & Armstrong, 2014). Produk yang berkualitas merupakan aspek yang penting dalam pembelian dan kepuasan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2014).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Café Warung Layar Sentuh Yogyakarta*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Café Warung Layar Sentuh*?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Café Warung Layar Sentuh*?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Café Warung Layar Sentuh*?

C. Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang diangkat oleh penulis, dan untuk menghindari pembahasan yang meluas karena faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak sedikit, maka penulis pada penelitian ini hanya akan memfokuskan penelitiannya pada pengaruh *store atmosphere*, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada *Café Warung Layar Sentuh*.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada *Café Warung Layar Sentuh*.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Café Warung Layar Sentuh*.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap *Café Warung Layar Sentuh*.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan dalam mengetahui informasi tentang minat kepuasan konsumen melalui *store atmosphere*, kualitas layanan dan kualitas produk sehingga bisa digunakan untuk mengembangkan perusahaan.

2. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi tentang pengaruh *store atmosphere*, kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi STIM YKPN

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi referensi STIM YKPN tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

4. Bagi peneliti

Penelitian ini menjadi masukan bagi peneliti untuk memperoleh pengetahuan yang lebih dan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama duduk di bangku perkuliahan.