

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Diera modernisasi seperti saat sekarang ini, banyak hal yang berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, diantaranya adalah teknologi dan dunia usaha. Teknologi berkembang dengan sangat pesat disebabkan perkembangan zaman, dunia usahapun terkena dampaknya disebabkan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi. Banyak perusahaan yang semakin maju dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, hal ini sangat menguntungkan bagi kemajuan usaha tersebut, tidak terkecuali dengan usaha kuliner.

Usaha kuliner merupakan usaha yang bergerak dalam penyediaan makanan bagi konsumen, usaha kuliner menjadi salah satu usaha yang tingkat kemajuannya sangat pesat, dimana usaha ini memberikan jaminan kepada pelaku usaha didalam upaya meningkatkan kemajuan usaha. Usaha kuliner menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen didalam meningkatkan usaha.tinggi nya minat konsumen membuat para pelaku usaha pun berlomba-lomba didalam melakukan inovasi terhadap usaha tersebut.

Pada saat sekarang ini, kebutuhan akan kuliner tidak hanya mengenai rasa dan harga akan tetapi kenyamanan tempat untuk dijadikan sebagai tempat berkumpul dan hiburan, hal ini menjadi pendorong berkembangnya usaha kuliner yang dikemas lebih kekinian, yaitu usaha coffeshop, jenis usaha ini menjadi salah satu usaha yang paling banyak ditemui pada saat sekarang ini. Selain sebagai tempat makan, usaha ini merupakan tempat yang dijadikan sebagai tempat hiburan dan berkumpul bersama teman.

Berkembangnya usaha coffeshop membuat para pelaku usaha berlomba-lomba memberikan inovasi terhadap usaha mereka, mulai dari penyediaan tempat yang nyaman hingga penambahan hiburan tersendiri seperti live music dan penyediaan wifi secara gratis, hal ini memberikan daya tarik tersendiri bagi para pelanggan, inovasi-inovasi tersebut pun menjadi suatu strategi bersaing pelaku usaha didalam menarik minat konsumen, salah satunya adalah di teraswara coffeshop.

Didalam upaya peningkatan suatu usaha, pelanggan adalah faktor utama yang menjadi pusat perhatian, pelanggan adalah objek penting yang harus mendapatkan perhatian khusus, kepuasan pelanggan pun menjadi hal utama yang harus diperhatikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu rasa yang muncul setelah pelanggan memperoleh produk yang diinginkannya, pelanggan cenderung melakukan pembelian berulang-ulang apabila tingkat kepuasan pelanggan juga tinggi.

Fenomena yang peneliti lihat mengenai bagaimana kepuasan pelanggan pada teraswara coffeshop adalah tingkat kepuasan pelanggan belum sepenuhnya baik, hal ini terlihat dari bagaimana pelanggan memberikan keluhan bahwa teraswara coffeshop kurang memperhatikan kenyamanan pelanggan, dengan memberikan pelayanan yang dinilai kurang maksimal, hal lain yang terlihat adalah masih terdapat pelanggan yang memberikan penilaian bahwa di coffeshop lain lebih menarik bila dibandingkan dengan teraswara coffeshop, salah satu yang menjadi faktor pendorong didalam upaya peningkatan kepuasan adalah kualitas pelayanan, harga, promosi dan fasilitas.

Bagaimana kualitas pelayanan yang didapatkan merupakan dasar utama bagi kepuasan seorang konsumen, pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik bagi kepuasan seorang konsumen. Kualitas pelayanan yang sesuai keinginan konsumen akan berdampak bagi kepuasan, peneliti menilai bahwa didalam mendapatkan pelayanan masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian yang kurang baik seperti tingkat pelayanan yang dinilai lambat dan tidak mengutamakan pelanggan.

Harga merupakan faktor penentu bagi kepuasan konsumen, konsumen cenderung memilih suatu produk dengan tingkat harga yang relative lebih murah. Produk dengan harga yang terjangkau akan membuat pelanggan menjadi lebih tertarik, harga produk akan menentukan bagaimana keputusan pembelian pelanggan. Peneliti menilai bahwa didalam upaya penetapan harga teraswara coffeshop selalu berusaha dengan baik, akan tetapi masih terdapat pelanggan yang memberikan penilaian bahwa harga yang tercantum merupakan harga yang mahal.

Promosi juga merupakan salah satu faktor penting untuk menjual suatu produk, promosi yang dilakukan akan membuat pelanggan mengetahui bagaimana dan apa saja produk yang disediakan, pelanggan akan cenderung melakukan pembelian pada usaha yang dinilai memiliki produk yang lebih menarik, peneliti menilai bahwa didalam upaya melakukan promosi, teraswara coffeshop belum melakukan secara maksimal, hal ini didasari dari konsumenn yang datang namun tidak jadi melakukan pembelian karena kurangnya pengetahuan mengenai produk yang tersedia.

Fasilitas juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen, kepuasan konsumen akan meningkat sejalan dengan berbagai fasilitas yang dapat dirasakan seperti penggunaan wifi secara gratis, akan tetapi peneliti menilai bahwa didalam penyediaan fasilitas teraswara coffeshop belum sepenuhnya baik, hal ini dinilai dari kelengkapan fasilitas yang tersedia masih belum sepenuhnya maksimal.

Dari penjelasan diatas, peneliti tertarik meneliti dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi”

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai bagaimana kualitas pelayanan, bagaimana harga, bagaimana promosi, bagaimana fasilitas dan kepuasan pelanggan.

2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan yang muncul adalah :

1. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi?
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi?
3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi?

4. Apakah secara parsial fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi?
5. Apakah secara simultan kualitas pelayanan, harga, promosi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi.
4. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi
5. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga, promosi dan fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di teraswara coffeshop sidodadi

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai permasalahan manajemen pemasaran.

2. Bagi Coffeshop teraswara

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen pada coffeteraswara.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel independent dan dependent dalam penelitian ini.

4. Kegunaan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan sumbangan konseptual bagi civitas akademika dalam rangka mengembangkan penelitian tentang manajemen pemasaran.