

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan populasi tahunan meningkat. peningkatan pertumbuhan penduduk berjalan seiring dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Hal ini disebabkan karena perkembangan industri sedang mengalami perubahan yang disebabkan oleh globalisasi, teknologi, perubahan peraturan pemerintah, perubahan tuntutan konsumen, dan pilihan gaya hidup. Konsumen menimbulkan tantangan terutama untuk penggunaan komersial. Pertimbangan utama bagi bisnis saat memberikan layanan paling abstrak dan tidak berwujud. Perusahaan sedang belajar bagaimana meningkatkan kebahagiaan dan nilai pelanggan karena persaingan yang ketat dan meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap item layanan.

Lingkungan fisik yang ditawarkan suatu bisnis kepada pelanggannya, atau “servicescape”, adalah salah satu elemen yang penting karena memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pelanggan dan bagaimana pengalaman dalam menggunakan barang maupun jasa. Konsumen berfungsi sebagai pasar bagi produk dan layanan yang ditawarkan oleh suatu bisnis dan, dalam hal pembelian yang sering dan konsisten, sebagai sumber pendapatan tetap. Syarat utama yang harus dimiliki suatu bisnis harus melakukan upaya untuk mencapai tujuannya jika ingin sukses di pasar kepuasan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, setiap usaha akan berusaha semaksimal mungkin untuk menghasilkan

barang maupun jasa apa yang diinginkan pelanggan berdasarkan preferensi mereka.

Usaha makanan dan minuman, baik skala kecil maupun besar, seperti kios kecil dan kafe, selalu dituntut untuk melakukan inovasi agar pelanggannya semakin berkembang dan bertahan. Hal ini terjadi karena banyak Pelanggan memilih barang dan jasa dengan perhatian dan kecerdasan yang lebih besar yang ingin dibelinya. Cara ini sebuah usaha, semakin sulit bagi perusahaan untuk bersaing dan mempertahankan loyalitas konsumen. Bagi masyarakat kelas menengah

Dan di atasnya, minum-minum dan nongkrong biasanya dilakukan di tempat-tempat seperti kedai kopi, sedangkan masyarakat menengah ke bawah menikmati di kedai kopi biasa dengan harga yang relatif murah, sedangkan kedai kopi biasanya relatif agak mahal namun terdapat fasilitas dan kenyamanan khusus bagi konsumen. Berbeda dengan kedai kopi lainnya, selain menawarkan berbagai minuman termasuk kopi, kafe ini juga menyediakan menu dan makanan ringan yang beragam, sehingga menjadikan kafe ini populer dan nyaman untuk diajak menghabiskan waktu bersama tua dan muda.

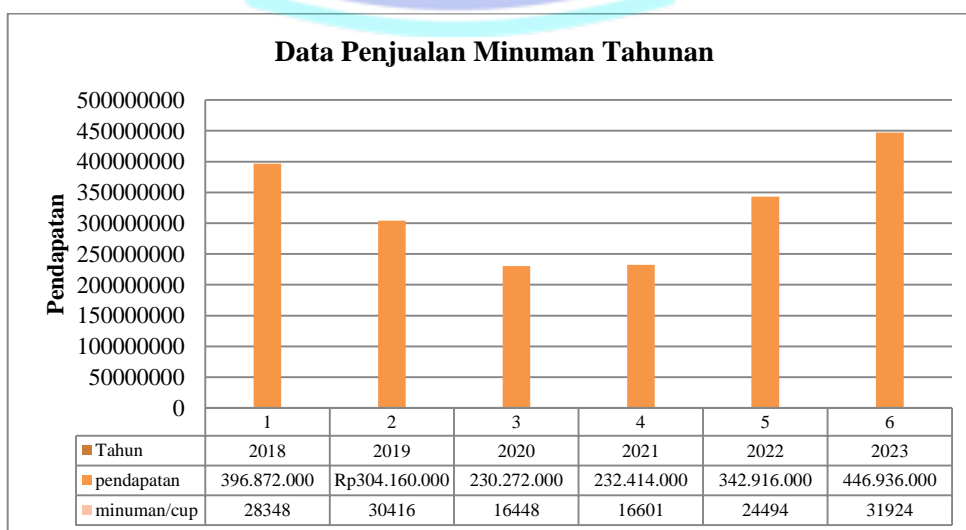
Semakin banyak produsen saingan kedai kopi, orang bisnis kedai kopi semakin berusaha memanfaatkan teknik pemasaran mutakhir dan dikemas dengan baik untuk memberikan keunggulan bagi setiap perusahaan yang akan membantunya bertahan dalam persaingan. Pelaku mungkin menggunakan kepuasan pelanggan sebagai salah satu strategi pemasaran mereka. Ada beberapa faktor yang menyebabkan kepuasan konsumen yaitu lingkungan fisik (pelayanan),

yang meliputi suasana yang rapi, staf yang ramah, ciri desain interior yang menarik, dan tata ruang yang tertata dengan baik. Selain itu, lokasi dan harga berperan dalam kebahagiaan pelanggan.

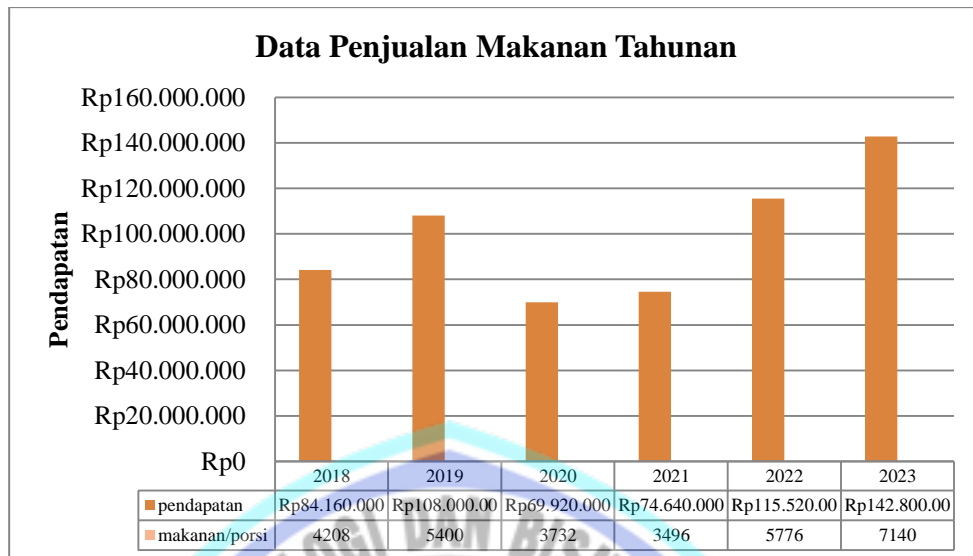
Ada beberapa terdapat kafe Lumajang dan menjadi tempat bersantai bersama teman dan keluarga sambil menikmati pemandangan sekitar kafe. Kopi tidak hanya dinikmati di perkotaan, tapi juga di sekitar persawahan yang memiliki suasana sejuk tersendiri. *Cafe Latte* terletak di pinggiran persawahan di Desa Kebonsari Jarit, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang. Kafe ini juga memiliki gagasan itu sama dengan kafe lainnya, namun yang membedakan dari kafe ini adalah lantai atas menghadap langsung ke persawahan yang hijau dan sejuk sehingga membuat konsumen tertarik untuk berkunjung dan pelayanan yang diberikan oleh para pebisnis membuat nyaman dan menciptakan kesan tersendiri. karakteristik yang berharga di mata konsumen.

Tabel 1.1

Data penjualan minuman dan makanan pada *Cafe Latte*



Sumber : Data penjualan pada *Cafe Latte*



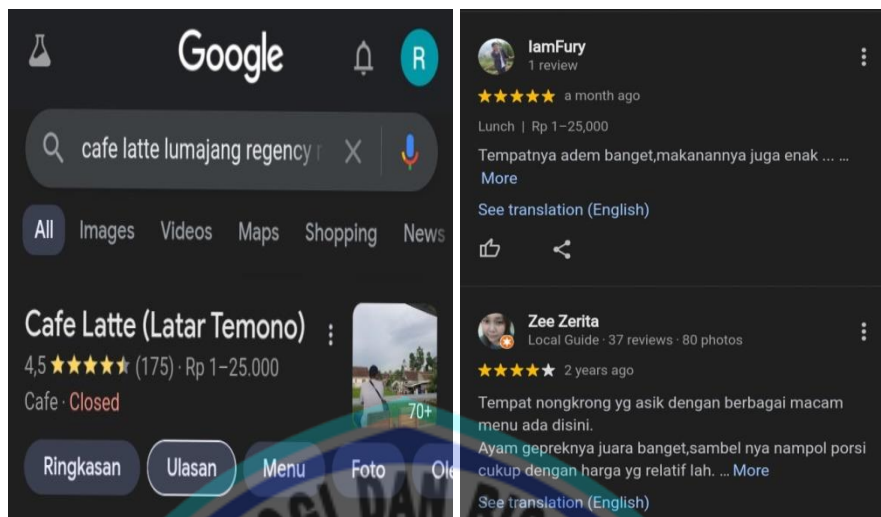
Sumber : Data penjualan pada *Cafe Latte*

Penjelasan data tabel penjualan di atas dengan berbagai jenis pendapatan setiap tahunnya, alasan terjadinya peningkatan penjualan setiap tahunnya. Tahun 2018 merupakan tahun pertama berdirinya cafe tersebut, dan saat itu banyak orang yang mengetahuinya melalui promosi di media sosial tidak banyak kafe yang Berdiri di Basiryan, tahun 2019 adalah tahun peningkatan pelayanan dan banyak pelanggan menjadi pelanggan tetap. Pada tahun 2020-2021 terjadi penurunan yang sangat tajam akibat mewabahnya virus Corona, saat itu semua orang diminta untuk tetap berada di rumah dan diberlakukan pembatasan jarak dengan peraturan semua supermarket tutup pada pukul sembilan. Pada tahun 2022, awal kebangkitan dimulai sedikit demi sedikit dengan memperbanyak promosi untuk mendatangkan kembali pelanggan sebelumnya dan pada tahun 2023 semuanya akan kembali seperti semula dan terlebih lagi karena perubahan strategi pemasaran dan promosi yang telah diterapkan.

Terlihat adanya persaingan dalam bisnis kafe atau tempat nongkrong di sekitar kafe latte melalui perusahaan sejenis di bidang kuliner seperti Pelangi Bunda Bakery, tidak hanya sebatas menjual berbagai jenis makanan dan minuman yang sangat praktis dalam satu kesatuan. tempatnya seperti berjualan roti dan tempatnya nyaman banget bersih dan lucu dengan desain warna pink dan warna warni. Untuk menjaga kepuasan konsumen agar terus meningkat, pemilik kafe dapat menentukan kebutuhan konsumen apa yang harus dipenuhi. Dengan begini, Memperoleh keunggulan kompetitif mungkin berasal dari pemenuhan kebutuhan konsumen. Menjaga kepuasan pelanggan dapat meningkatkan daya saing bisnis, dan pelanggan yang puas sering kali setia pada merek atau layanan yang mereka gunakan.

Ada tiga variabel dalam contoh ini. menjadi penghubung kepuasan konsumen terhadap kemajuan usaha agar berkembang pesat di kalangan masyarakat. Ketiga situs ini memiliki pengaruh pada bintang lima di ulasan Google. Yang pertama adalah variabel bidang jasa yang menentukan kenyamanan tempat, kebersihan dan keanggunan yang menjadikan pelanggan merasa puas di rumah; dan yang kedua adalah harga yang wajar dan rasa makanan yang sesuai dengan harga yang wajar akan meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen. Jika lokasi tersebut minim akses maka dapat menurunkan kepuasan konsumen, namun hal tersebut tidak terjadi jika Anda pergi ke kafe latte yang aksesnya sangat aman meskipun letaknya di dalam gang.

Gambar 1.1 Gambar data ulasan di Google



Sumber : Google Ulasan *Cafe Latte*

Secara umum kafe merupakan tempat berkumpulnya orang-orang untuk melepas penat dan berbincang sambil memesan makanan dan minuman sejenisnya kafe latte yang mengutamakan kenyamanan tamu dan suasana santai demi menciptakan lingkungan yang nyaman. Banyak ulasan pelanggan terkuat mendapatkan bintang lima dari konsumen. Beberapa konsumen mengatakan tempat ini nyaman untuk bersantai dan harganya sesuai dengan kantong konsumen.

Kepuasan konsumen adalah evaluasi terhadap karakteristik atau layanan memenuhi kebutuhan pelanggan sekaligus menawarkan sejumlah kenikmatan kepada konsumen. Nilai, kualitas, dan layanan adalah tiga faktor yang mungkin menyebabkan pelanggan puas. Sementara itu, konsumen yang tidak puas akan membujuk orang lain untuk tidak melakukan pembelian lagi sehingga menyebabkan mereka beralih ke merek pesaing menurut Nuralam (2017:58).

Setiap pelaku dunia bisnis akan mampu menyesuaikan diri dengan keadaan baru dan akan melakukannya demi memuaskan pelanggan. Tujuan akhirnya adalah mampu memuaskan pelanggan melalui strategi yang memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, khususnya sektor usaha.

Dalam lingkungan fisik (jasa), harga dan lokasi menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. *Servicescape* menjadi salah satu aspek penting dalam membangun kualitas layanan yang sangat kuat di mata konsumen. Selain itu, kebahagiaan konsumen juga dipengaruhi oleh lokasi dan harga. Dalam konteks ini, Kafe tersebut diiklankan sebagai tempat penelitian, dengan tujuan utama penelitian adalah untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen di *Cafe Latte Latar Temono Kebonsari Pasirian*.

Penelitian menjadi penting karena Memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan klien dapat membantu dalam pengembangan strategi pemasaran, meningkatkan penjualan, dan menjaga kualitas pelayanan sehingga pemahaman yang diinginkan terhadap keinginan konsumen dapat tercapai. Selain itu, penelitian ini menawarkan kontribusi terhadap pemahaman teoritis bidang pemasaran khususnya pada lingkungan fisik yang disediakan oleh pelaku usaha makanan dalam memberikan kepuasan konsumen.

Lingkungan fisik (*servicescape*) Lingkungan fisik situs layanan bisnis, yang didirikan sebagai tempat untuk memberikan layanan yang terhubung dengan kontak dengan konsumen dan pelanggan, dianggap sebagai bukti fisik, menurut Lupiyoadi (2016:120), objek nyata apa pun dapat digunakan untuk berkomunikasi

atau mendukung layanan dan peran layanan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendri Soekotjo dan Ubaidillah Al Ahror (2017) menjelaskan bahwa Kebahagiaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan, biaya, dan lokasi. Adapun Kajian tambahan dilakukan oleh Muhammad Ikhsan Fifaldyovan dan Ririn Dwi Kartika Sari (2022) menunjukkan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh yang positif namun kecil terhadap kepuasan konsumen supermarket di kota Semarang, sedangkan *servicescape* dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen supermarket di Semarang. Hal ini sesuai dengan penelitian I Made Sukadana dkk., (2019) yang menemukan bahwa di Hotel Puri Bagus Lovina Singaraja, ada tiga faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen secara signifikan: lokasi, kualitas layanan, dan *servicescape*.

Menurut Abu Bakar (2018:40), Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sebagai imbalan atas barang atau jasa yang diinginkannya. Menurut Prio Sutanto dkk. (2018), lokasi, harga, dan kualitas layanan semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Di Warung Makan Lamongan Kota Manado, Jefry F.T. Bailia dkk. (2014) menemukan bahwa lokasi, harga, dan kualitas produk berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Johanes Gerardo Runtunuwu (2014) menemukan bahwa meskipun kualitas produk memiliki dampak yang besar namun tidak signifikan secara statistik terhadap kepuasan konsumen, harga dan kualitas layanan juga berpengaruh signifikan.

Utami (2017:113) menegaskan bahwa lokasi merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam memulai suatu usaha. Pemilihan lokasi akan berdampak pada persaingan. Jika lokasi 23 salah dipilih, toko atau bisnis mungkin menderita; dampak potensial termasuk penutupan bisnis atau masalah lainnya.. Dari pengertian hasil penelitian yang dilakukan Muhammad Yusril dan Winaika (2023) dengan hasil bahwa lokasi, Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh fasilitas dan kualitas pelayanan. Ritskia dan Sjendry S.R. Loindong (2016) menemukan dalam penelitian lain bahwa lokasi dan *servicescape* secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan di Manado Town Square 1. Sedangkan Temuan penelitian yang dilakukan oleh Grase dkk (2015) menunjukkan bahwa bauran promosi dampak besar pada keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, lokasi pengaruh besar terhadap penilaian mengenai apa yang harus dibeli dan dampaknya dapat diabaikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga tidak memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Karena kepuasan konsumen tidak banyak dipengaruhi oleh keputusan pembelian pada Tamansari Metropolitan Manado.

Dalam pemasaran, peranan penting dimainkan oleh perbaikan lingkungan fisik (*servicescape*), yang dilakukan untuk menarik minat konsumen secara luas. Saat ini, kafe menyajikan lebih dari sekedar makanan ringan; berkat lokasinya yang khas, nyaman, dan modern, tempat ini diterima secara luas sebagai tempat populer. Kepuasan konsumen diukur dengan mempertimbangkan lingkungan fisik kafe, selain faktor seperti harga dan lokasi, ada banyak variabel dalam penelitian ini, seperti lokasi, harga, dan area layanan. Tempat yang akan diteliti dipilih

berdasarkan beberapa faktor yaitu lingkungan fisik (*servicescape*) dengan tempat yang sangat mendukung seperti kekinian, sehat dan nyaman untuk keluarga dan sahabat. Meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen tidak hanya terbatas pada tempat atau lingkungan saja, namun juga pada harga. Jika harganya terjangkau maka mereka akan datang lagi dan lagi ke tempat tersebut. Jumlah kepuasan konsumen tergantung pada harga. Konsumen juga membandingkan biaya dan tempat lain untuk menentukan apakah akan kembali atau tidak. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen.

Objek penelitian ini adalah *Cafe Latte Latar Temono Kebonsari Pasirian* yang terletak 100 meter dari Jalan Raya Pasirian, Desa Kebonsari, Kecamatan Jarit, Kabupaten Lumajang. Tertarik untuk melakukan studi tentang *Cafe Latte* dengan memanfaatkan faktor-faktor yang berhubungan dengan lokasi, harga, dan pelayanan guna memuaskan pelanggan, kafe Latte menghadap ke sawah, dan di lantai paling atas terdapat ruang sewa PlayStation (PS) yang cocok untuk anak-anak, remaja, dan dewasa untuk nongkrong dan bermain bersama. Selain itu, harga di kafe Latte sangat terjangkau dengan menu bervariasi yang mencakup makanan besar dan kuat dan makanan ringan, berbagai jenis minuman dingin dan panas, serta berbagai jenis kopi. Lokasinya terletak agak menyusuri gang dan konsep interiornya langsung menghadap persawahan.

Berdasarkan latar belakang yang diberikan di atas menunjukkan ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian dengan topik tersebut **“Pengaruh *Servicescape*, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di *Cafe Latte Latar Temono Kebonsari Pasirian*”**

1.2 Batasan Masalah

Sebagaimana *servicescape*, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen menjadi topik utama penelitian ini. Oleh karena itu, diperlukan batasan masalah sebagai berikut dalam penelitian:

- a. Penelitian hanya dilakukan pada bidang manajemen pemasaran.
- b. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel *Servicescape*, Kepuasan pelanggan merupakan variabel dependen, sedangkan harga dan lokasi merupakan faktor independen.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut ini adalah permasalahan utama dalam penelitian ini:

- a. Apakah *servicescape* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Cafe Latte Latar Temono Kebonsari Pasirian*?
- b. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Cafe Latte Temono Kebonsari Pasirian*?
- c. Apakah lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Cafe Latte Latar Temono Kebonsari Pasirian*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan argumen penelitian yang disebutkan diatas, berikut adalah tujuannya:

- a. Untuk mengetahui, mengevaluasi, dan menilai pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen di *Cafe Latte Latar Temono Kebonsari Pasirian*

- b. Untuk mengetahui, mengevaluasi, pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di *Cafe Latte Latar Temono Kebonsari Pasirian*.
- c. Untuk mengetahui, mengevaluasi, dan menilai bagaimana lokasi pengaruh *Cafe Latte Latar Temono Kebonsari Pasirian* terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi hal yang sama memberikan informasi, kebijaksanaan dan pengertian yang bermanfaat bagi masyarakat. Manfaat lainnya adalah untuk mengetahui pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen mengenai dampak lokasi, harga, dan lanskap layanan terhadap kebahagiaan pelanggan.

- b. Manfaat praktis

1. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan mengenai variabel *servicescape*, harga dan lokasi.

2. Bagi *Cafe Latte Latar Temono*

Diharapkan dapat meningkatkan dan menjaga kepuasan konsumen serta menjadi bahan evaluasi pengambilan kebijakan strategi oleh pihak *Cafe Latte Latar Temono Kebonsari Pasirian* di masa yang akan datang. Diharapkan dapat menjadi acuan dan memperoleh informasi tambahan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki relasi akan penelitian ini.