

BAB 1

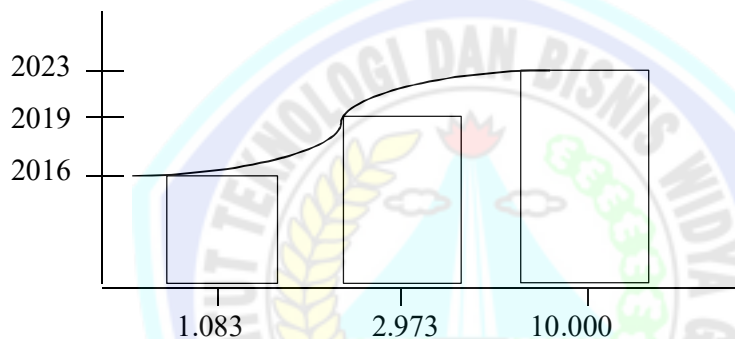
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan harus memiliki kemampuan untuk bertahan menghadapi meningkatnya tingkat persaingan yang ketat. Sejalan dengan berkembangnya gaya hidup, dunia bisnis saat ini menjadi sangat kompetitif di semua sektor, termasuk di bidang kuliner. Fenomena yang berlangsung dimasyarakat saat ini adalah sering berkumpul atau beraktivitas bersama orang-orang terdekat di suatu lokasi yaitu cafe. Saat ini, cafe tidak hanya menjadi tempat menjual makanan dan minuman, tetapi juga mendesain tempat yang unik. Pelaku bisnis harus dapat memanfaatkan peluang bisnis dengan melihat fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Seperti halnya trend saat ini, sebuah produk makanan atau suatu tempat cafe yang memiliki tampilan yang menarik tidak hanya untuk dinikmati, namun juga dijadikan sebagai pengabdian momen berupa mengambil sebuah foto suatu produk makanan atau minuman dan tempat yang memiliki tampilan yang menarik untuk diposting di media sosial. Hal tersebut sudah biasa dilakukan oleh masyarakat terutama dikalangan anak muda yang mana kalangan tersebut selalu eksis di media sosial. Dengan melakukan pengamatan sosial, mereka dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan mereka.

Saat ini, cafe menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat, terutama bagi kalangan anak muda sehingga menjadi kebutuhan bagi sebagian besar orang. Dimasa lampau, cafe hanya menyediakan menu kopi atau makanan ringan dan tempat seadanya untuk bersantai . Tetapi seiring berkembangnya zaman saat ini,

kini cafe tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi dan makanan, tetapi juga sebagai tempat nongkrong, menyelesaikan tugas, berkumpul dengan keluarga atau rapat kerja. Dengan transformasi gaya hidup ini, pengusaha cafe dapat menggunakan peluang ini untuk menghasilkan konsep inovatif dan unik dengan menggunakan ide yang unik, kreatif, dan inovatif. Hal tersebut kini terjadi pada bisnis *coffee shop* atau cafe di Indonesia, yang saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat cepat.



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Cafe di Indonesia
Sumber: mnews.co.id (2024)

Seperti yang terlihat pada gambar diatas, jumlah cafe di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2023. Asosiasi pengusaha kopi dan cokelat Indonesia (APKCI) menyatakan bahwa jumlah cafe kopi di Indonesia telah melonjak tiga kali lipat dari 1.083 lokasi pada tahun 2016, menjadi lebih dari 2.973 lokasi pada tahun 2019, dan jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah, sehingga pada tahun 2023 cafe kopi di Indonesia diperkirakan akan mencapai 10.000 lokasi (Khoirunnisa *et al.*, 2024). Peningkatan jumlah cafe di Indonesia bukanlah suatu hal yang tidak beralasan. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan dalam gaya hidup masyarakat, teknolog, serta pola pikir yang semakin maju.

Banyaknya bisnis *coffee shop* atau cafe yang baru bermunculan membuat persaingan diantara para pelaku bisnis baik yang lama maupun yang baru menjadi semakin ketat. Menurut Sofiyanti *et al.*, (2022) dengan munculnya lebih banyak bisnis cafe dengan konsep yang berbeda, para pemilik harus memiliki kemampuan untuk menentukan taktik yang tepat untuk bersaing supaya mereka mampu menarik pelanggan untuk memilih cafe sebagai tempat keluarga berkumpul, teman, dan saudara. Agar suatu usaha dapat terus tumbuh, berkembang, dan berkelanjutan, maka perlu melakukan inovasi secara terus menerus, dan juga berusaha untuk memenuhi kebutuhan pasar, keinginan dan permintaan.

Perusahaan selalu ingin memberikan sesuatu yang bagus karena karakter konsumen atau pelanggan yang lebih memilih tentang apa yang mereka beli. Karena ada begitu banyak pilihan, bisnis berlomba-lomba menawarkan sesuatu yang memenuhi kebutuhan dan preferensi calon pelanggan. Perusahaan harus memiliki karakteristik karena setiap perusahaan mungkin menjual produk yang sama dengan kualitas yang berbeda. Untuk menghindari kehilangan pelanggan, bisnis harus tetap maju dengan melakukan inovasi dan mengembangkan strategi bisnis merek (Murni *et al.*, 2024).

Di Jawa Timur, yaitu Kota Lumajang, merupakan salah satu kota yang terkenal dengan destinasi pariwisata sehingga banyak pengunjung baik dari warga lokal hingga antar daerah. Hal tersebut menjadi suatu peluang bagi setiap pemilik usaha yang ada di daerah tersebut. Selain itu, Kota Lumajang juga merupakan kota di Jawa Timur yang memiliki perekonomian yang baik dan terus mengalami perkembangan yang mana dilihat dari eksistensi munculnya berbagai usaha-usaha

baru, salah satunya di bidang kuliner. Kini di Kota Lumajang sudah banyak cafe yang memiliki konsep yang unik yang bisa dikunjungi oleh para pelanggan. Salah satu cafe di Lumajang yang terkenal dan banyak pengunjungnya yaitu *Magnolia Coffee And Space* Lumajang.

Magnolia Coffee And Space merupakan tempat nongkrong terbaru di Kota Lumajang yang berdiri pada Tanggal 10 Juni 2023, beralamatkan di Jl. Jendral Ahmad Yani, Kepuharjo, Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. *Magnolia Coffee And Space* kini sedang menjadi tempat nongkrong yang sedang hits dikalangan anak muda dengan mengusung konsep bernuansa Modern klasik. Walaupun *Magnolia Coffee And Space* Lumajang terbilang cafe yang masih baru di Lumajang, namun cafe tersebut mampu menarik perhatian para konsumen, yang mana hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah pengunjung.

NO	TANGGAL	JUMLAH PENGUNJUNG
1.	1 Maret 2025	366 Pengunjung
2.	2 Maret 2025	259 Pengunjung
3.	3 Maret 2025	205 Pengunjung
4.	4 Maret 2025	226 Pengunjung
5.	5 Maret 2025	206 Pengunjung
6.	6 Maret 2025	202 Pengunjung
7.	7 Maret 2025	248 Pengunjung

Tabel 1.1 Data Jumlah pengunjung *Magnolia Coffee And Space* Lumajang tanggal 1 Maret 2025 – 7 Maret 2025

Sumber : Pihak Internal *Magnolia Coffee And Space* Lumajang

Dapat dilihat pada gambar diatas, jumlah pengunjung terbanyak di *Magnolia Coffee And Space* terjadi pada tanggal 1 Maret 2025 yaitu sebanyak 366 pengunjung. *Magnolia Coffee And Space* juga mengalami penurunan jumlah pengunjung pada tanggal 2 Maret 2025, 3 Maret 2025, 5 Maret 2025, dan 6 Maret 2025. Namun, *Magnolia Coffee And Space* kembali mengalami peningkatan

jumlah pengunjung pada tanggal 4 Maret 2025 dan 7 Maret 2025 yaitu berjumlah 226 dan 248 pengunjung. Hal tersebut dipengaruhi oleh Letak yang sangat strategis, dekat dengan fasilitas umum seperti stadion semeru Lumajang, taman kota, dan sekolah yang ada disekitarnya sehingga *Magnolia Coffee And Space* sering dikunjungi oleh para konsumen atau pelanggan.

Cafe ini telah dibentuk dengan inovasi-inovasi terbaru yang pastinya sudah dikonsepsikan dengan baik oleh pemilik cafe tersebut dan pastinya banyak fasilitas menarik yang ditawarkan. Selain itu, *Magnolia Coffee And Space* juga menyuguhkan makanan dan minuman yang beraneka ragam dan juga memiliki pelayanan yang ramah dan cepat. Meskipun ramai pengunjung, kualitas pelayanan tetap diperhatikan oleh cafe tersebut karena jika kualitas pelayanan yang kurang baik, akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Magnolia Coffee And Space* Lumajang menyuguhkan tempat yang luas dan suasana yang sangat nyaman untuk dijadikan tempat bersantai bersama teman maupun saudara. Tidak hanya itu, *Magnolia Coffee And Space* juga menyediakan tempat untuk *wedding organizer* dengan konsep yang sangat unik dan menarik. Hal tersebut menjadi pendorong kepuasan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan tidak menutup kemungkinan akan melakukan pembelian ulang pada *Magnolia Coffee And Space* Lumajang.

Dalam penelitian ini, variabel kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan karena digunakan untuk membuat strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran atau sesuai dengan target pasar yang dituju. Menurut (Tjiptono & Diana, 2019) Kepuasan Pelanggan adalah keadaan yang dirasakan oleh konsumen

saat mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan mereka telah dipenuhi dengan baik dan sesuai dengan harapan. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu yang dicari oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik itu berupa barang atau jasa. Hal yang paling penting untuk diperhatikan oleh setiap usaha dalam upaya menghasilkan kepuasan pelanggan adalah kualitas barang yang ditawarkan.

Ada berbagai faktor yang dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam menciptakan kepuasan dan tetap memilih suatu perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga pengalaman belanja, aksesibilitas, promosi dan strategi pemasaran, suasana toko, waktu respon, pengiriman tepat waktu, dan komunikasi yang efektif. Produk yang bermutu, kualitas pelayanan yang baik dan tempat yang nyaman sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Terkait dengan pengaruhnya faktor yang dominan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere*. Dengan demikian, akankah faktor tersebut dapat mempengaruhi setiap kepuasan pelanggan pada *Magnolia Coffee And Space Lumajang*.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada penelitian ini adalah kualitas produk. Kualitas Produk menjelaskan karakteristik dari produk tersebut dalam mencukupi serta memenuhi kebutuhan konsumen (Kotler & Armstrong, 2012:273). Agar bisa bertahan dalam persaingan usaha yang semakin kompetitif, para pelaku bisnis cafe dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan tersendiri atas kualitas produk yang disajikan dalam upaya memuaskan pelanggan. Kualitas produk sangat berhubungan serta kemampuan produk guna melangsungkan fungsi, mencakup kualitas produk berdasar

kemudahan penggunaan, keandalan, keseluruhan, keakuratan, kemampuan perbaikan, juga karakteristik berharga lainnya. Ketika pelanggan merasa kurang puas beserta yang tersedia, pelanggan mempunyai kecenderungan guna beralih menuju produk alternatif yang berkualitas serupa (Razak, 2019).

Keterkaitan dengan kepuasan konsumen pastinya konsumen lebih memilih makanan dan minuman yang memiliki rasa yang enak dan penampilan yang menarik. Pada *Magnolia Coffee And Space*, produk makanan dan minuman yang disajikan memiliki cita rasa yang sangat enak dan nikmat. Selain itu, tampilan produk makan dan minuman disajikan dengan sangat baik dan bagus yang menambah ketertarikan pelanggan terhadap suatu produk. Produk yang memiliki rasa yang enak dan tampilan yang menarik akan memberikan suatu kepuasan kepada pelanggan karena hal tersebut sangat diharapkan oleh setiap pelanggan atau konsumen saat melakukan pembelian suatu produk.

Penelitian tentang kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan (Febriani *et al.*, 2021) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pangestu, Adi *et al.*, 2024) yang menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yaitu kualitas pelayanan, dimana sebagai penentu untuk mempertahankan pelanggan. Jika kualitas pelayanan di cafe baik, dengan demikian pelanggan akan puas dan akan kembali lagi serta konsumen akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga. Menurut (Kasmir, 2017:47)

bahwa kualitas pelayanan adalah hasil dari upaya seseorang atau organisasi untuk membuat pelanggan dan karyawan puas. Kepuasan pelanggan hanya dapat dicapai dengan memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut (Kotler & Keller, 2016) bahwa kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

Keterkaitan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di sebuah perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen atau pelanggannya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen atau pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Pada *Magnolia Coffee And Space*, kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik seperti keramahan, kecepatan, dan ketanggapa dalam melayani pelanggan. *Magnolia Coffee And Space* juga menyediakan layanan reservasi, yang mana pelanggan bisa memesan terlebih dahulu sebelum datang ke cafe tersebut sehingga pelanggan menunggu pesannya tidak terlalu lama. Selain itu, *Magnolia Coffee And Space* juga melayani acara *wedding organizer*.

Penelitian tentang kualitas pelayanan yang dilakukan oleh (Hanif *et al.*, 2024) yang menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pangestu, Adi *et al.*, 2024), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu *store atmosphere*. Menurut (Pangestu, Adi *et al.*, 2024) *store atmosphere* sangatlah penting untuk seluruh bisnis dikarenakan mempunyai peranan selaku penciptaan suasana yang nyaman sesuai beserta yang diinginkan pelanggan, kemudian menjadikan konsumen atau pelanggan berkeinginan berlama-lama ada di dalam toko. Menurut (Handi *et al.*, 2022) *store atmosphere* merupakan suasana yang dirancang dengan baik dapat menghasilkan pengalaman terbaik bagi pelanggan, mempengaruhi persepsi mereka terhadap toko atau cafe, dan akhirnya berdampak pada perilaku pembelian.

Store Atmosphere merupakan salah satu faktor penting dalam daya tarik pelanggan, membuat produk yang ditawarkan nyaman untuk dinikmati. Untuk setiap bisnis, hal ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang nyaman untuk pelanggan dan membuat mereka ingin tinggal di tempat tersebut lebih lama, yang secara tidak langsung mendorong mereka untuk membeli. Suasana cafe yang unik seperti *Magnolia Coffee And Space Lumajang* bisa menjadi alasan lebih bagi pelanggan yang merasa puas. *Magnolia Coffee And Space* telah memberikan tempat dan suasanya yang nyaman untuk para pelanggan yang ingin bersantai atau berkumpul dengan saudara. Terdapat ruangan indor dan outdor yang sangat luas dan pastinya memberikan kenyamanan kepada pelanggan yang berkunjung ke cafe tersebut.

Selain itu, *Magnolia Coffee And Space* juga menyediakan fasilitas seperti stop kontak untuk tempat charger, toilet , musholla, dan lain sebagainya. Selain menyediakan tempat untuk bersantai dan menikmati makanan atau minuman,

Magnolia *Coffee And Space* juga menyediakan tempat untuk *wedding organizer* atau acara pernikahan yang pastinya memiliki konsep yang unik. Hal tersebut bisa menjadi alasan lebih bagi pelanggan atau konsumen untuk merasa puas pada saat berkunjung di Magnolia *Coffee And Space* Lumajang.

Penelitian tentang *store atmosphere* yang dilakukan oleh (Utomo & Maskur, 2020) menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut (Pratama *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan.

Proses pencapaian tujuan dalam bidang pemasaran salah satunya adalah membuat konsumen merasa puas dengan hasil dari produk atau jasa tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan suatu respons pelanggan terhadap perbedaan diantara ekspektasi yang diharapkan (standar tertentu) dan kemampuan produk secara nyata yang dipersepsikan setelah mengkonsumsi produk ataupun jasa tersebut (Tjiptono & Diana, 2019:117). Oleh karena itu, kepuasan konsumen ini merupakan tolak ukur tinggi dalam berbagai kebutuhan pemasaran dan tujuan perusahaan secara umum. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) kepuasan pelanggan merupakan sebuah nilai yang diberikan konsumen dari menggunakan produk dan layanan dengan membandingkannya terhadap pemakaian atau penggunaan layanan dan produk sebelumnya. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan terkait erat dengan loyalitas pelanggan, yang dapat memberikan banyak nilai bagi pelanggan dan perusahaan.

Peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dibidang manajemen pemasaran khususnya pada subjek penelitian kepuasan pelanggan pada *Magnolia Coffee And Space* Lumajang. Mengingat yang diangkat dalam penelitian yaitu lokasi *outdoor* pada *Magnolia Coffee And Space* pada saat cuaca tertentu kurang berfungsi secara maksimal dan kurang memuaskan konsumen, sementara kualitas produk dan kualitas pelayanan yang memuaskan pada *Magnolia Coffee And Space* sudah memenuhi kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti memutuskan untuk mengambil judul penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Magnolia Coffee And Space* Lumajang”**.

1.2 Batasan Masalah

Untuk memudahkan menjelaskan, maka harus ditetapkan batasan-batasan agar tetap fokus dan tidak menyimpang. Dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Magnolia Coffee And Space* Lumajang. Berikut batasan masalah yang ada di penelitian ini.

1. Penelitian ini berfokus pada bidang manajemen pemasaran.
2. Penelitian ini menggunakan variabel independen kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.

3. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang telah berkunjung pada *Magnolia Coffee And Space* Lumajang.
4. Waktu penulisan dilakukan pada tahun 2024.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, penulis merumuskan beberapa pertanyaan dari penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Magnolia Coffee And Space* Lumajang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Magnolia Coffee And Space* Lumajang?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Magnolia Coffee And Space* Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang telah didefinisikan, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di *Magnolia Coffee And Space* Lumajang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Magnolia Coffee And Space* Lumajang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di *Magnolia Coffee And Space* Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bukan hanya bagi penulis, melainkan juga dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

1. Manfaat Teoritis

- a) Hasil penelitian ini dapat diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan tentang hal-hal yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere*.
- b) Memberi informasi terkait dengan bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* sebagai faktor dari penentu kepuasan pelanggan.
- c) Dapat menjadi dasar bahan kajian untuk penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam tentang permasalahan terkait.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Perusahaan
Sebagai bahan informasi untuk pengembangan wawasan dalam bidang pemasaran, khususnya dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk menentukan kebijakan-kebijakan kualitas produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *Magnolia Coffee And Space Lumajang*.
- b) Bagi Penulis
Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk peneliti memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama

Lumajang dalam mengaplikasikan dan membandingkan antara teori-teori dari bangku perkuliahan dengan realitas yang ada dilapangan, dan untuk lebih memahami serta memperluas tentang manajemen pemasaran yang real dan pemasaran yang ada di pasar sebenarnya.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat diharapkan memotifasi peneliti yang lain untuk mengadakan penelitian yang berhubungan dengan tema ini.

d) Bagi ITB Widya Gama Lumajang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan-bahan tambahan perbendaharaan perpustakaan yang ada di ITB Widya Gama Lumajang dan dapat memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *Magnolia Coffee And Space* Lumajang.