

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era moderanisasi saat ini menuntut masyarakat untuk mengikuti setiap perubahan sekecil apapun, tidak terkecuali perubahan budaya menikmati kopi di kafe yang menjadikan sebuah *trend* baru bagi anak muda. *Trend* anak muda untuk menikmati kopi di kafe mengalami perubahan yang sangat signifikan. Fenomena ini menjadi suatu kebiasaan baru bagi anak muda untuk sekedar aktivitas “ngopi” setelah sepulang sekolah atau dari kampus. Selain untuk menikmati kopi, kafe juga bisa juga menjadi salah satu ruang untuk berbincang, bersantai, bersosialisasi, memperluas jaringan dengan teman maupun rekan kerja, bahkan beberapa orang menjadikan kafe untuk melakukan *prospecting business* antar perusahaan. Akibat beralihnya alih fungsi tempat kopi menjadi kafe, maka timbul fenomena baru di masyarakat.

Permasalahan yang terjadi pada beberapa kafe mengenai komplain dari pelanggan menjadi permasalahan pelanggan kopi terhadap kafe tersebut, seperti pesanan yang lama, kinerja pelayanan, dan kualitas produk yang kurang sesuai, hal tersebut menjadikan sebuah permasalahan para pelanggan kafe. Apalagi saat ini marakannya tempat kopi atau kafe menjadi sebuah persaingan yang beragam. Maka dari itu para pelaku usaha kafe diwajibkan harus berfikir bagaimana strategi dan daya tarik penikmat kopi dari pelaku usaha agar bisa memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik kepada pelanggan kafe agar menjadi puas dan melakukan pembelian ulang (*rebuying*) ke kafe tersebut, bahkan merekomendasikan kepada relasi mereka.

Kurangnya daya tarik dari tempat kopi atau kafe menjadi suatu hal yang harus ditingkatkan bagi para pelaku usaha kafe karena dengan adanya daya tarik tersebut akan meningkatkan kualitas layanan dan menarik pelanggan kafe. Daya tarik tersebut seperti diadakannya *live music* band setiap minggu nya. Hal ini menjadi sebuah daya tarik bagi masyarakat untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang (*rebuying*) ke kafe tersebut. Adanya daya tarik *live music* ini terbukti untuk menarik pelanggan kafe. Maka dengan adanya daya tarik tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan tersendiri.

Menurut Kotler dan Menurut Armstron (2012) dalam Krisno (2018), kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan suatu kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan sendiri adalah suatu perasaan yang dialami oleh seseorang setelah menerima produk yang di harapkan dengan kualitas produk, kualitas layanan yang baik dan memuaskan, semakin terpenuhi harapan pelanggan tentu akan semakin puas dan kemungkinan memperoleh *competitive advantage* akan semakin besar, serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali akan meningkat.

Selain memperhatikan permasalahan kepuasan pelanggan, perlu juga untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang terkait agar bisa membangun kepuasan pelanggan seperti memperhatikan kualitas layanan dan kualitas produk. Kesadaran membangun kepuasan pelanggan dengan memperhatikan kualitas layanan yang baik juga perlu ditingkatkan karena memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, hal ini bisa berakibat pada tingkat pola pikir perilaku pelanggan selanjutnya.

Kualitas layanan yang baik tentu diharapkan pelanggan agar memberikan rasa puas pada tingkat layanan yang telah diterima. Kualitas layanan juga merupakan sebuah ukuran pada tingkat layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Citra kualitas yang baik dinilai dari sebuah persepsi pelanggan kafe dan bukan dinilai dari sebuah perusahaan itu sendiri.

Ekspektasi pelanggan bisa terpenuhi dilihat dari tingkat pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan merasa puas sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Kualitas layanan ini bersifat tidak kasat mata dan sifatnya dinamis/bisa berubah-ubah, hal ini terjadi akibat adanya sebuah interaksi antara karyawan kafe dengan pelanggan. Apabila sebuah layanan yang diterima melebihi ekspektasi pelanggan, maka persepsi kualitas layanan dikatakan berhasil atau ideal, tetapi jika sebuah layanan yang diterima buruk dibandingkan dengan pelayanan yang diharapkan, maka persepsi kualitas layanan dikatakan buruk atau negatif.

Dalam meningkatkan persaingan, masing-masing perusahaan harus bisa memenangkan sebuah persaingan dengan menampilkan produk terbaik serta dapat memenuhi selera pelanggan yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Dengan kualitas produk yang baik, maka kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap suatu produk makanan atau minuman akan terpenuhi. Jika kualitas makanan yang diterima dinilai baik dan sesuai harapan, maka kualitas produk yang dipersepsikan dianggap memuaskan. Kualitas produk ini merupakan salah satu yang harus diperhatikan juga oleh pengusaha kafe karena jika mereka puas terhadap kualitas produk yang diberikan,

kemungkinan besar akan kembali melakukan pembelian ulang produk tersebut dan hal tersebut berpengaruh pada tingkat penjualan dari pengusaha.

Pelanggan akan tertarik pada kualitas produk yang ditawarkan oleh kafe tersebut. Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu faktor utama yang membuat pelanggan mencoba sebuah menu karena makanan yang ditawarkan. Maka dari itu, para pelaku usaha kafe harus memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan ekspektasi pelanggan kafe sehingga bisa membuat pelanggan puas.

Seiring dengan konsumsi kopi yang makin meningkat, penting untuk menyadari kesadaran bahwa kopi bukan hanya sekedar minuman yang memberikan kewaspadaan terhadap pengonsumsi kopi, tetapi sebagian masyarakat menganggap bahwa kopi memiliki dampak bahwa mengonsumsi kopi pada orang dewasa 3-4 cangkir perhari tidak berdampak negatif pada kesehatan bahkan mengonsumsi kopi memiliki manfaat bagi kesehatan terkecuali wanita yang sedang mengandung.

Kandungan dalam kopi terdapat senyawa aktif seperti kafein yang dapat bermanfaat bagi tubuh manusia. Kafein ini dipercaya dapat meningkatkan kinerja saraf, merangsang kinerja pada otak, dan mengurangi persepsi rasa sakit dalam aktivitas. Persepsi tersebut membuat para penikmat kopi beranggapan bahwa dengan mengonsumsi kopi akan meningkatkan stamina dalam beraktivitas, mengurangi stress yang berlebihan, serta dapat memperbaiki *mood* dan membuat konsentrasi terasa lebih lama, sehingga mereka beranggapan baik terhadap konsumsi kopi.

Fenomena banyaknya tempat kopi menunjukkan pesatnya pertumbuhan industri di Indonesia saat ini. Maraknya tempat kopi di Indonesia mencerminkan upaya

pemerintah dalam mendukung perkembangan industri ini sekaligus pendukung kepentingan suatu pelanggan kafe. Kebijakan publik mengenai kafe di Indonesia saat ini merupakan dampak dari pesatnya pertumbuhan industri kopi yang mendominasi pasar. Pertumbuhan ini membawa peluang bagi para pelaku usaha kafe sekaligus tantangan karena harus memenuhi standar keamanan pangan, peraturan lingkungan hidup, dan keadilan sosial dalam industri. Kebijakan publik seharusnya menciptakan lingkungan yang mendukung keseimbangan antar pertumbuhan industri kafe dengan kepuasan pelanggan.

Selain popularitas tempat kafe yang makin populer di masyarakat, penting untuk memahami dampak dari kebijakan publik tentang kafe terhadap kepuasan pelanggan. Salah satu tantangan utamanya yaitu berkoordinasi antara pemilik usaha kafe dengan pemerintah untuk mendapatkan surat perizinan serta untuk mencapai keseimbangan regulasi yang mendukung pertumbuhan industri kafe tanpa mengorbankan dari kepuasan pelanggan.

Dalam konteks kebijakan publik terkait tentang tempat kopi ini, munculnya tantangan baru dalam menjaga keseimbangan antara pesaing sehat, kualitas layanan jasa, serta kualitas produk yang ditawarkan dengan beragam pilihan. Kebijakan yang relevan mencakup regulasi terkait standar kualitas produk dan pendekatan yang mendukung keberlanjutan suatu bisnis. Dengan memahami dampak kebijakan, Indonesia dapat mengembangkan peraturan yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan sekaligus meningkatkan pengalaman pelanggan di industri kopi yang sedang berkembang. Dengan memahami dampak kebijakan, Indonesia dapat mengembangkan

peraturan yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan sekaligus meningkatkan pengalaman pelanggan di industri kopi yang sedang berkembang.

Tantangan utama bagi para pelaku usaha kafe diwajibkan tidak hanya untuk menciptakan sebuah inovasi dan kreativitas antara pemilik usaha kafe dengan pelanggan saja, tetapi diwajibkan untuk memahami peraturan terkait kesehatan produk yang ditawarkan, kebersihan, atau standarisasi produk yang harus ditetapkan secara konsisten. Apabila sebuah pemilik usaha menciptakan kebijakan yang bijaksana, maka hal ini akan membantu menciptakan lingkungan yang baik dan dapat meningkatkan kualitas layanan. Fenomena ini tercermin dalam berbagai kebijakan termasuk izin usaha, peraturan kebersihan, dan peraturan penetapan harga yang adil agar dapat bersaing.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, karena belum adanya penelitian yang menggunakan variabel Kopi Sehat dan Kebijakan Publik terhadap kepuasan pelanggan, maka peneliti tertarik dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kopi Sehat, dan Kebijakan Publik terhadap Kepuasan Pelanggan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat teridentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen tentang kualitas layanan, kualitas produk, kopi sehat, dan kebijakan publik terhadap kepuasan pelanggan di kafe Ragamide dan Vscrotery?

2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, kopi sehat, dan kebijakan publik secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di kafe Ragamide dan Vscrostery?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, kopi sehat, dan kebijakan publik secara bersama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan di kafe Ragamide dan Vscrostery?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen tentang kualitas layanan, kualitas produk, kopi sehat, dan kebijakan publik terhadap kepuasan pelanggan di kafe Ragamide dan Vscrostery.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, kopi sehat, dan kebijakan publik secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di kafe Ragamide dan Vscrostery.
3. Untuk mengetahui kualitas layanan, kualitas produk, kopi sehat, dan kebijakan publik secara bersama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan di kafe Ragamide dan Vscrostery.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dicapai dari penelitian ini memberikan kegunaan manfaat yang lebih yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Hal baru dalam penelitian ini adalah penggunaan variable kopi sehat dan kebijakan publik terhadap kepuasan pelanggan sebagai salah satu variable baru karena belum banyak digunakan.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dapat berguna bagi berbagai pihak, adapun kegunaan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti tentang pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, kopi sehat, dan kebijakan publik terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Pemilik Usaha

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan kepada kafe Ragamide dalam meningkatkan kualitas demi meningkatkan penjualan.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di kafe Ragamide yang beralamatkan di Jalan Cintawana, Cikunten, Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat dan

