

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting karena pelanggan yang puas memiliki perilaku yang positif bagi perusahaan antara lain menjadi loyal, melakukan pembelian ulang, serta menyebarkan *WOM* (*Word Of Mounth*) positif. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh banyak hal salah satunya adalah atribut produk. Umumnya, dalam bisnis jasa, kepuasan mendapat perhatian yang lebih daripada bisnis barang. Salah satu bisnis yang sekarang berkembang cukup pesat adalah bisnis *Coffee shop*, menyuguhkan produk yang tidak hanya minuman dan makanan namun nuansa menjadi pertimbangan besar bagi pengunjung.

*Coffee shop* adalah tempat untuk bertemu teman atau kolega sehingga aspek nuansa yang dibangun oleh kondisi fisik internal *coffee shop* dan peralatan yang digunakan menjadi sangat penting. Gaya hidup masyarakat masa kini yang cenderung senang bertatap muka, bersantai dan berbincang mendukung pada maraknya *Coffee shop*. Sudah menjadi suatu kebutuhan masyarakat untuk bersosialisasi dan konsumen membutuhkan sarana untuk mewujudkan keinginan konsumen. Oleh karena itu, dengan adanya kopi shop ini dimaksudkan untuk merealisasikan kebutuhan masyarakat yaitu sarana berkumpul. Pada awalnya *coffee shop* hanya berfungsi sebagai kedai kopi, tetapi sesuai dengan perkembangan zaman, *Coffee shop* telah memiliki

banyak konsep, di antaranya sebagai tempat menikmati hidangan atau dinner, sampai *coffee shop* yang menyediakan fasilitas jaringan online atau internet bagi konsumennya. Banyak *choffe shop* yang bermunculan mengakibatkan para pemilik usaha berfikir lebih kreatif untuk menciptakan konsep yang berbeda dari *coffee shop* yang sudah ada, hal ini sudah tentu untuk menarik perhatian pengunjung. Pada umumnya para pemilik usaha *Coffee Shop* terlebih dahulu mensurvei Apa yang terjadi trend di pasaran atau dari kebiasaan kebiasaan masyarakat yang kebanyakan suka dengan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang sudah ada.

Di Indonesia *Coffee Shop* biasa disebut warung kopi atau kedai kopi. *Coffee shop* mulai hadir ditengah-tengah kita mulai dari pelosok desa, hingga di pusat perkotaan. Definisi *copyshop* menurut Wiktionary (2018:14) bisa diartikan sebuah cafe kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi dan terkadang minuman non alkohol, makanan sederhana atau snack, dengan fasilitas yang menunjang di tempat tersebut. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *coffee shop* adalah sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, namun utamanya menjual kopidengan desain menarik dan menyediakan beberapa fasilitas penunjang di dalamnya.

PT Bengawan Solo Coffee adalah salah satu *Coffee Shop* yang berdiri sejak 18 Mei 2003, Bengawan Solo Coffee hampir sama dengan *International Coffee Shop* lainnya. Sebagian besar berbasiskan espresso yang tersaji dalam bentuk panas dan dingin dalam beragam gaya. Selain itu, Bengawan Solo Coffee juga menyediakan camilan yang cocok sebagai pendamping kopi.

Perasaan puas yang dirasakan pelanggan tercipta setelah menerima pelayanan yang diberikan kepada pelanggan pada saat membeli. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan seringnya ia berkunjung dan membeli kembali atau merekomendasikannya kepada kerabat dan orang lain. Dari rasa kepuasan pelanggan dapat membuka peluang bagi perusahaan untuk mengeluarkan produk baru atau lebih meningkatkan lagi dalam pelayanan kepada pelanggan.

Dibawah ini data penjualan empat tahun terakhir disajikan dari PT. Bengawan Solo Coffee Pacific Place:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Lima Tahun Terakhir PT. Bengawan Solo Coffe Cabang Pacific Place (Rp)**

<b>Tahun</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>REALISASI (Rp)</b>	<b>PENCAPAIAN (%)</b>
2017	850.000.000	851.732.890	100,20
2018	850.000.000	745.480.129	87,70
2019	675.000.000	642.388.513	95,16
2020	490.000.000	339.870.909	69,36
2021	455.000.000	309.756.789	68,07

Berdasarkan uraian table 1.1 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pencapaian target pada PT. Bengawan Solo Coffee Pacific Place belum dapat berjalan secara efektif dan efisien. Hal ini dapat dilihat dari menurunnya pencapaian target PT. Bengawan Solo Coffee Pacific Place selama empat tahun terakhir.

Terlihat pada tahun 2018, hasil penjualan mengalami penurunan, dikarenakan pada tahun tersebut adanya beberapa pesaing yang sama-sama coffee shop dengan berbagai varian produk yang sama membuka beberapa outlet di Mall Pacific Place. Dan jika dilihat pada tahun 2019 hingga 2020, mengalami penurunan yang cukup signifikan, dikarenakan bertambahnya beberapa pesaing coffee shop dan adanya Pandemi *Covid-19* yang sangat berdampak terhadap penjualan di setiap bisnis ataupun perusahaan. Oleh sebab itu perlu dilakukan penelitian, untuk mengetahui penyebab menurunnya penjualan pada PT. Bengawan Solo Coffee Pacific Place.

Berikut ini adalah hasil Pra survey mengenai Kualitas Pelayanan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place:

**Tabel 1.2**  
**Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan Pada PT. Bengawan Solo Coffee Pacific Place**

No	Pertanyaan	Jawaban(%)		Jumlah Sampel
		Yes	No	
1	Apakah pelayanan mendahulukan kepentingan pelanggan?	49 (81,7%)	11 (18,3%)	60
2	Apakah penampilan dalam melayani cukup memuaskan?	44 (73,3%)	16 (26,7%)	60
3	Apakah meresponden baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan?	47 (78,3%)	13 (21,7%)	60
4	Apakah pelayanan melayani dengan sopan santun dan ramah tamah?	49 (81,7%)	11 (18,3%)	60
5	Apakah pelayanan menghargai setiap pelanggan?	49 (81,7%)	11 (18,3%)	60
<b>Jumlah</b>		<b>238</b> <b>(79,33%)</b>	<b>62</b> <b>(20,6%)</b>	

Berdasarkan uraian tabel 1.2 di atas maka dapat dijelaskan bahwa hasil pra survey tentang kualitas pelayanan pada PT. Bengawan Solo Coffee Cabang Pacific Place, yaitu pertanyaan ke satu menjelaskan bahwa 18.3% dari 60 responden merasa tidak mendahulukan kepentingan pelanggan. Pertanyaan kedua menjelaskan bahwa terdapat 26.7% dari 60 responden yang mengatakan bahwa penampilan dalam melayani kurang memuaskan. Dan dilihat dari pertanyaan ketiga yang menjelaskan bahwa 18,3% dari 60 responden, mengatakan bahwa pelayan tidak merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan. Selain itu dari hasil pra survey pertanyaan ke empat yang menjelaskan bahwa 18.3% dari 60 responden yang menyatakan bahwa pelayan melayani dengan tidak sopan santun dan ramah tamah. Kemudian pertanyaan kelima menjelaskan bahwa 18.3% dari 60 responden yang mengatakan bahwa pelayan tidak menghargai setiap pelanggan. Dan jika dilihat dari jumlah jawaban responden secara keseluruhan menunjukkan terdapat 62 (20,6%) jawaban responden yang menyatakan TIDAK terhadap seluruh pertanyaan indikator kualitas pelayanan.

Dari seluruh penjelasan hasil pra survey tentang kualitas pelayanan pada PT. Bengawan Solo coffee cabang Pacific Place, menunjukkan terdapat fenomena atau masalah mengenai kepuasan pelanggan, seperti pelayan tidak mendahulukan kepentingan pelanggan, tidak ramah pada saat melayani, penampilan yang kurang menarik, yang pada akhirnya mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan adanya fenomena atau masalah kualitas pelayanan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place sehingga perlu dilakukan pembuktiannya melalui suatu penelitian.

Berikut ini adalah hasil Pra survey mengenai Promosi pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place:

**Tabel 1.3**

**Hasil Pra Survey Mengenai Promosi Pada PT. Bengawan Solo Coffee  
Pacific Place**

No	Pertanyaan	Jawaban(%)		Jumlah Sampel
		Yes	No	
1	Apakah promosi yang berlaku di Bengawan Solo Coffee membuat Anda puas melakukan pembelian?	33 (55%)	27 (45%)	60
2	Apakah promosi di Bengawan Solo Coffee mampu menumbuhkan minat beli ulang Anda?	37 (61,7%)	23 (38,3%)	60
3	Apakah promosi di Bengawan Solo coffee lebih menarik dibanding kopi shop lain yang berlokasi di Pacific Place?	30 (50%)	30 (50%)	60
4	Apakah media promosi yang diterapkan Bengawan Solo sudah efektif dan efisien?	39 (65%)	21 (35%)	60
5	Menurut anda apakah Bengawan Solo perlu meningkatkan promosi untuk kepuasan pelanggan?	38 (63,3%)	22 (36,7%)	60
<b>Jumlah</b>		<b>177 (59%)</b>	<b>123 (41%)</b>	

Berdasarkan uraian tabel 1.3 di atas maka dapat dijelaskan bahwa hasil pra survey tentang promosi pada PT. Bengawan Solo Coffee Cabang Pacific Place, yaitu pertanyaan ke satu menjelaskan bahwa 45% dari 60 responden merasa bahwa promosi yang berlaku di Bengawan Solo Coffee tidak puas terhadap pembelian yang dilakukan oleh pelanggan. Pertanyaan kedua menjelaskan bahwa terdapat 23% dari 60 responden yang mengatakan bahwa promosi yang berlaku tidak mampu menumbuhkan minat beli ulang. Dan dilihat dari pertanyaan ketiga yang

menjelaskan bahwa 50% dari 60 responden mengatakan bahwa promosi di Coffee Shop lain lebih menarik di bandingkan promosi yang ada di Bengawan Solo Coffee Pacific Place. Selai itu dari hasil pra survey pertanyaan ke empat yang menjelaskan bahwa 35% dari 60 responden yang menyatakan bahwa media promosi yang ada Bengawan Solo Coffee belum efektif dan efisien. Kemudian pertanyaan kelima menjelaskan bahwa 63,3% dari 60 responden yang mengatakan bahwa Bengawan Solo Coffee Pacific Place perlu meningkatkan promosi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan jika dilihat dari jumlah jawaban responden secara keseluruhan menunjukkan terdapat 123 (41%) jawaban responden yang menyatakan TIDAK terhadap indikator promosi.

Dari seluruh penjelasan hasil pra survey tentang promosi pada PT. Bengawan Solo coffee cabang Pacific Place, menunjukkan terdapat fenomena atau masalah mengenai kepuasan pelanggan, seperti promosi yang berlaku tidak mampu menumbuhkan minat beli ulang pelanggan, promosi pada Coffee Shop lain lebih menarik disbandingkan promosi pada PT. Bengawan Solo, media promosi yang tidak efektif dan efisien. Dengan adanya fenomena atau masalah promosi pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place sehingga perlu dilakukan pembuktiannya melalui suatu penelitian.

Berikut ini adalah hasil Pra survey mengenai Lokasi pada PT. Bengawan Sollo Coffee cabang Pacific Place:

**Tabel 1.4**

**Hasil Pra Survey Mengenai Lokasi Pada PT. Bengawan Solo Coffee**

**Pacific Place**

No	Pertanyaan	Jawaban(%)		Jumlah Sampel
		Yes	No	
1	Apakah lokasi Bengawan Solo cukup terjangkau?	30 (50%)	30 (50%)	60
2	Apakah tingkat keamanan di Bengawan Solo cukup mendukung?	34 (60%)	26 (40%)	60
3	Apakah akses menuju lokasi Bengawan Solo cukup efektif dan efisien?	34 (56,7%)	26 (43,3%)	60
4	Apakah kebersihan di Bengawan Solo cukup membuat Anda puas?	39 (65%)	21 (35%)	60
5	Apakah lokasi Bengawan Solo coffee menarik dan mampu menumbuhkan minat beli ulang bagi anda?	28 (53,3%)	32 (46,7%)	60
<b>Jumlah</b>		<b>165 (55,66%)</b>	<b>135 (44,33%)</b>	

Berdasarkan uraian tabel 1.4 di atas maka dapat dijelaskan bahwa hasil pra survey tentang lokasi pada PT. Bengawan Solo Coffee Cabang Pacific Place, yaitu pertanyaan ke satu menjelaskan bahwa 50% dari 60 responden mengatakan bahwa lokasi Bengawan Solo Coffee Pacific Place tidak terjangkau. Pertanyaan kedua menjelaskan bahwa terdapat 40% dari 60 responden yang mengatakan bahwa tingkat keamanan di Bengawan Solo Coffee Pacific Place kurang mendukung. Dan dilihat dari pertanyaan ketiga yang menjelaskan bahwa 26% dari 60 responden mengatakan bahwa akses menuju lokasi Bengawan Solo Coffee Pacific Place kurang efektif dan efisien. Selain itu dari hasil pra survey pertanyaan ke empat yang menjelaskan bahwa 21% dari 60 responden yang menyatakan bahwa kebersihan di Bengawan Solo Coffee Pacific Place kurang. Kemudian pertanyaan kelima



menjelaskan bahwa 32% dari 60 responden yang mengatakan bahwa lokasi Bengawan Solo Coffee Pacific Place kurang menarik dan tidak mampu menumbuhkan minat beli ulang. Dan jika dilihat dari jumlah jawaban responden secara keseluruhan menunjukkan terdapat 135 (44,33%) jawaban responden yang menyatakan TIDAK terhadap indicator lokasi.

Dari seluruh penjelasan hasil pra survey tentang lokasi pada PT. Bengawan Solo coffee cabang Pacific Place, menunjukkan terdapat fenomena atau masalah mengenai kepuasan pelanggan, seperti lokasi Bengawan Solo yang tidak terjangkau, tingkat keamanan dan kebersihan yang kurang mendukung, dan akses menuju lokasi Bengawan Solo Coffee kurang efektif dan efisien. Dengan adanya fenomena atau masalah lokasi pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place sehingga perlu dilakukan pembuktiannya melalui suatu penelitian.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat disimpulkan Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi belum berjalan sama maksimal mungkin. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi, belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Oleh sebab itu peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang permasalahan yang ada pada PT. Bengawan Solo coffee cabang Pacific place tersebut. Pentingnya kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi merupakan strategi dalam rangka memenangkan hati pelanggan dan memenangkan pesaing. Akan tetapi tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian saja terhadap pelanggan, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari pelanggan. Salah satu faktor yang menentukan

tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, promosi dengan memberikan berbagai promosi yang menarik sehingga bisa mendapatkan pelanggan baru dan dapat membuat pelanggan menjadi lebih puas dan loyal, lokasi memilih lokasi yang strategis, nyaman, dan mudah terjangkau oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawannya terhadap pelanggan memang sangat penting. Tidak semua pelanggan memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk yang dibutuhkan, maka disinilah tugas salesdealer dalam melayani pelanggan dari awal masuk ke toko hingga selesainya sebuah transaksi pembelian. Dengan menjelaskan fungsi dan bahan yang dibuat dari produk yang ditawarkan tersebut sehingga pelanggan akan mengetahui manfaat lebih yang diberikan oleh produk tersebut. Kualitas pelayanan merupakan usaha karyawan dan perusahaan dalam memberikan satu kenyamanan dalam pembelian. Melalui pelayanan yang baik akan mendapatkan nilai baik pula terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa. Promosi memegang peranan penting dalam menghubungkan jarak antar pemproduksi engan pengonsumsi. Kegiatan promosi ini tidak bisa dilakukan secara sembarangan karena mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Kotler dan Keller dalam Simamora (2018:132), promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan meningkatkan (*to remind*) pasar sasaran terhadap produk yang dihasilkan organisasi individu ataupun rumah tangga.

Lokasi merupakan letak toko atau pengencer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Dalam penelitian ini, yang dimaksud lokasi adalah letak Outlet PT. Bengawan Solo Coffee Pacific Place. Untuk mengetahui hubungan serta besarnya pengaruh yang diberikan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:92) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Semua faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali seberapa besar pengaruhnya terhadap para pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bengawan Solo Coffee Cabang Pacific Place”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place.
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place.
- d. Untuk mengetahui pengaruh lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bengawan Solo Coffee cabang Pacific Place.

## **B. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

### **a. Bagi Peneliti**

Sebagai sarana bagi peneliti untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh oleh peneliti dari bangku perkuliahan yang ada di dalam dunia kerja serta menambah ilmu wawasan untun masa yang akan datang dan mengetahui faktor-faktor dalam menetapkan strategi di bidang pemasaran.

### **b. Bagi Instansi (Perusahaan)**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaa dalam menentukan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk menegembangkan usaha bisnis mereka.

### **c. Bagi Pihak Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan dan menyajikan informasi mengenai Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi penjualan terhadap kepuasan pelanggan