

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini perkembangan industri cafe di Indonesia semakin pesat, Bisnis cafe di Tanah Air terus tumbuh pesat sehingga patut diperhitungkan sebagai salah satu bisnis yang menguntungkan di era modern ini. Saat ini lebih dari 10.000 cafe di Indonesia yang diprediksi masih akan terus tumbuh. Pada 2013-2018, total pendapatan sektor cafe diperkirakan meningkat dari USD 3,4 miliar menjadi USD 4,16 miliar. Di salah satu kota di Provinsi Jawa Tengah, Jepara, usaha industri café/restoran merupakan salah satu bisnis yang tengah berkembang ditengah masyarakat Jepara. Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik Jawa Tengah, jumlah restoran/cafe yang berada di Jepara sudah mencapai angka 36 unit pada tahun 2016.

Berikut adalah data pertumbuhan jumlah restoran atau rumah makan menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, 2012-2016 menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa tengah.

**Tabel 1. 1**  
**Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, 2012-2016**

Wilayah Jateng	Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah				
	2012	2013	2014	2015	2016
<b>PROVINSI JAWA TENGAH</b>	<b>1 728</b>	<b>1 828</b>	<b>2 697</b>	<b>2 752</b>	<b>2 847</b>
Kabupaten Cilacap	193	198	198	198	198
Kabupaten Banyumas	46	46	156	200	200
Kabupaten Purbalingga	24	24	25	25	25
9Kabupaten Banjarnegara	33	33	53	53	53
Kabupaten Kebumen	44	46	44	44	44
Kabupaten Purworejo	17	21	48	48	48
Kabupaten Wonosobo	23	23	61	61	61
Kabupaten Magelang	72	72	82	82	82
Kabupaten Boyolali	37	37	84	84	84
Kabupaten Klaten	87	99	99	99	99
Kabupaten Sukoharjo	106	106	131	131	131
Kabupaten Wonogiri	40	40	41	43	43
Kabupaten Karanganyar	210	210	210	210	210
Kabupaten Sragen	10	10	66	66	66
Kabupaten Grobogan	17	17	27	27	27
Kabupaten Blora	14	28	40	40	40
Kabupaten Rembang	23	23	31	31	31
Kabupaten Pati	23	37	37	37	37
Kabupaten Kudus	16	16	17	23	23
Kabupaten Jepara	17	17	36	36	36
Kabupaten Demak	9	9	9	12	12
Kabupaten Semarang	23	23	169	169	169
Kabupaten Temanggung	42	43	45	45	45
Kabupaten Kendal	64	64	87	87	87
Kabupaten Batang	64	64	65	65	65
Kabupaten Pekalongan	15	15	16	16	16
Kabupaten Pemalang	33	28	28	28	28
Kabupaten Tegal	12	12	32	32	32
Kabupaten Brebes	26	65	65	65	65
Kota Magelang	25	36	91	91	91
Kota Surakarta	97	97	267	267	317
Kota Salatiga	21	21	20	20	20
Kota Semarang	137	138	191	191	236
Kota Pekalongan	94	96	100	100	100
Kota Tegal	14	14	26	26	26

*Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah*

Bisnis kuliner merupakan salah satu jenis bisnis yang tidak ada matinya, sehingga hal ini membuat banyak orang yang menggelutinya sebagai usaha dalam meraup keuntungan. Namun, meskipun banyak usaha kuliner di Jepara akan tetapi yang bertahan dalam bisnis ini ialah mereka yang memiliki keunggulan. Sering kita lihat, tidak sedikit pebisnis kuliner yang gulung tikar karena belum memiliki persiapan matang dalam menghadapi kompetisi bisnis yang makin ketat.

Usaha restoran atau café merupakan usaha yang cukup diminati karena kebutuhan dasar dari manusia adalah makanan. Makan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang bersifat fisik dan wajib untuk dipenuhi. Manusia harus makan untuk bertahan hidup dan menjalani segala aktivitasnya. Setelah *basic needs* dari manusia itu tercukupi maka akan muncul kebutuhan lain adalah satunya yaitu *social needs* dimana bersosialisai sudah menjadi kebutuhan (Kotler, 2009).

Café saat ini selain sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan (*basic needs*), adalah sebagai tempat untuk berkumpul dengan keluarga, kerabat, maupun rekan kerja. Sehingga café harus lebih peka untuk melihat kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan konsumen karena setiap konsumen memiliki harapan yang berbeda mengenai sebuah kualitas jasa.

Selain peluang usaha restoran dan café di Jepara semakin besar, maka semakin besar pula persaingan yang mengancam keberadaan bisnis tersebut, sehingga untuk dapat bersaing dan bertahan di dalam pasar maka perusahaan

harus peka akan kualitas layanan yang diberikan kepada kepada konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan kepada para pelanggan.

Pelanggan yang puas pada umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru, meningkatkan produksi yang ada dan membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya. Kualitas layanan merupakan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas layanan atau jasa yang sesuai dan memenuhi preferensi konsumen akan mengikat konsumen sehingga perusahaan tersebut tertanam dalam benak konsumen.

Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan sebuah perusahaan. Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya, (alma 2007) dalam (Felita Sasongko dan Hartono Subagio 2013)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan kualitas layanan jasa yang menggunakan lima dimensi kualitas layanan yang terdiri dari (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*). Dimensi *tangible*, meliputi tampilan fisik café, interior bangunan café, dan penampilan karyawan café, dimensi *reliability*, meliputi kemampuan café untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness*, meliputi kesediaan karyawan café untuk

membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance*, meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen, dan *emphaty*, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen. (Tjiptono, 2005).

Alasan kenapa peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan kualitas layanan dengan menggunakan dimensi (*tangible, reliability, responsibility, assurance, dan emphaty*), karena peneliti ingin menguji kualitas layanan di salah satu café di Jepara menggunakan kelima dimensi kualitas layanan yang terdiri dari (*tangible, reliability, responsibility, assurance, dan emphaty*). Dimana pada penelitian sebelumnya ada dua penelitian yang memiliki perbedaan yang menyebabkan peneliti tertarik untuk meneliti kembali tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian pertama tentang Analisa Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan pelanggan di The Light Cup Café Surabaya dan The Square Surabaya (Jessica Lauw dan Yohanes Sondang Kunto, 2013) menyimpulkan bahwa hanya tiga dimensi yang berpengaruh signifikan dalam pembentukan kepuasan pelanggan, yaitu (*tangible, reliability, dan emphaty*). Selain itu, pada hasil penelitian tersebut tidak ditemukan pengaruh signifikan pada kedua cabang tersebut sehingga semua indikator dimensi kualitas layanan (*tangible, reliabiliti, responsibility, assurance, dan emphaty*) mempunyai nilai gap negatif, yang berarti

kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan masih lebih rendah daripada keinginan terhadap kualitas layanan yang diharapkan.

Sedangkan pada penelitian kedua tentang Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria (Felita Sasongko dan Hartono Subagio, 2013) menyimpulkan hasil dimana pada penelitian kedua menyatakan bahwa variabel (*tangible, reliability, responsibility, assurance, dan emphaty*) secara simultan dan persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan variabel *responsibility* merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan yang kemudian diikuti oleh variabel (*assurance, emphaty, tangible, dan reliability*). Berdasarkan pada penelitian tersebut dapat diketahui bahwa pelanggan sudah merasa puas dengan dimensi kualitas layanan (*tangible, reliabiliti, responsibility, assurance, dan emphaty*).

Sedangkan pada penelitian ketiga tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, 2010) menyimpulkan hasil dimana dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibility*. Akan tetapi dari penelitian ini diketahui pula bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIPUI dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, meskipun terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI.

Karena perbedaan hasil dari ketiga penelitian tersebut, sehingga peneliti ingin menguji kembali kualitas layanan menggunakan kelima dimensi (*tangible, reliability, responsibility, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan pelanggan pada waktu, tempat, dan responden yang berbeda.

Sedangkan obyek penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah salah satu café yang sedang berkembang di Jepara yaitu Sriya Café & Homestay. Sriya Café & Homestay merupakan satu dari bisnis kuliner yang tengah berkembang di Jepara. Bagi pengusaha Café yang serius dalam mengembangkan bisnis kuliner, mereka menyadari bahwa kualitas layanan yang sesuai dapat memuaskan para pelanggan sehingga dapat menimbulkan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Dimana Sriya Café & Homestay adalah salah satu café ternama di kalangan warga Jepara dan menggunakan dimensi kualitas layanan yang meliputi (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun Sriya Café & Homestay menggunakan dimensi kualitas layanan tersebut dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, akan tetapi masih terdapat kekurangan dalam kualitas layanan tersebut yang di terapkan Sriya Café & Homestay saat peneliti melakukan observasi ke tempat tersebut, meskipun banyak kekurangan dalam kualitas layanan yang diterapkan, anehnya Sriya Café & Homestay masih memiliki reputasi tinggi di kalangan warga Jepara. Sehingga fenomena ini menjadi alasan

peneliti untuk melakukan penelitian di Sriya Café & Homestay menyangkut kelima dimensi kualitas layanan yang disebutkan diatas.

Yang pertama adalah jumlah meja makan (*tangible*), dimana penempatan meja makan yang berada di Sriya Café & Homestay terlalu rapat/berdekatan dengan meja makan yang lain sehingga tentunya hal itu akan mempengaruhi kenyamanan dari pelanggan yang datang. Selain itu Sriya Café & Homestay selain menyuguhkan café/resto, disana juga menyediakan tempat menginap (Homestay), sedangkan keanehan dalam homestay tersebut letaknya bersamaan dengan resto tersebut, bahkan beberapa meter dari Homestay (pintu kamar) di letakkan meja bagi pengunjung resto, sehingga hal itu juga akan berpengaruh pada kenyamanan yang akan berdampak pada kepuasan pelanggan yang menginap di Homestay Sriya Café.

Masih menyangkut tentang *tangible*, beberapa fasilitas pada Sriya Café & Homestay juga belum cukup memadai bagi pelanggan yang datang, yang pertama adalah tempat parkir, dimana tempat parkir kendaraan (sepeda motor) juga diletakkan di halaman Homestay (tempat menginap) atau tepat setelah pintu masuk, selain itu karena keterbatasan tempat parkir juga tentunya akan membuat pelanggan sulit untuk memarkirkan kendaraan ketika datang karena jarak kendaraan satu dengan yang lainnya terlalu berdekatan, dan juga mengeluarkan kendaraan ketika akan pergi meninggalkan Sriya Café & Homestay.

Yang kedua adalah *reliability* (menu pesanan) dimana ketika peneliti datang dengan salah satu teman ke Sriya Café & Homestay, peneliti memesan

makanan dan beberapa cemilan, tapi kenyataannya yang disajikan hanya makanan utama saja, sedangkan untuk cemilan yang di pesan tidak kunjung di sajikan. Hal itu membuktikan ada beberapa pelayan yang kurang terampil karena melupakan pesanan dari seorang pelanggan.

Yang ketiga adalah Responsiveness (Waktu penyajian pesanan), dimana di Sriya Café penyajian dengan waktu pemesanan terkadang cukup lama, meskipun hal ini tidak hanya terjadi di Sriya Café & Homestay saja akan tetapi hal ini juga akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Yang keempat adalah Assurance dan Emphaty, Dimana ketika peneliti datang ke Sriya Café & Homestay bersama salah satu teman atau rekan peneliti, kami mendapatkan pelayanan yang kurang memuaskan, karena pelayan hanya menunjukkan menu, tanpa memberikan informasi secara akurat terkait menu makanan. Tidak hanya itu saja penyajian yang dilakukan juga terkesan biasa tanpa menunjukkan perhatian sehingga hal itu membuat rekan peneliti sedikit kecewa dengan pelayanan yang di lakukan. Hal itu menunjukkan masih ada kekurangan segi pelayanan dari Sriya Café & Homestay.

Dari fenomena tersebut, menimbulkan pertanyaan bagaimana Sriya Café & Homestay tetap memiliki reputasi yang cukup baik atau nilai yang tinggi dengan sejumlah kekurangan dari kualitas layanan dengan menggunakan lima dimensi (*tangible, reliabiliti, responsibility, assurance, dan emphaty*).

Dari fenomena dalam latar belakang di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan

(*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*), terhadap kepuasan pelanggan dengan judul “**ANALISA PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SRIYA CAFÉ & HOMESTAY**”

### **1.2. Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disimpulkan ruang lingkup obyek penelitian yaitu Sriya Cafe & Homestay.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti mengajukan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah dimensi kualitas layanan (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sriya Café & Homestay?
2. Apakah dimensi kualitas layanan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sriya Café & Homestay?
3. Apakah dimensi kualitas layanan (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sriya Café & Homestay?
4. Apakah dimensi kualitas layanan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sriya Café & Homestay?
5. Apakah dimensi kualitas layanan (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sriya Café & Homestay?
6. Apakah dimensi kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sriya Café & Homestay?

#### 1.4. Batasan Masalah

Karena luasnya permasalahan yang ada, maka untuk mempermudah penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Penelitian ini bersifat kuantitatif.
2. Objek penelitian ini adalah Sriya Cafe & Homestay.

#### 1.5. Tujuan Penelitian

Adapun kegunaan tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah dimensi kualitas layanan (*tangibble*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sriya Cafe & Homestay.
2. Mengetahui apakah dimensi kualitas layanan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sriya Cafe & Homestay.
3. Mengetahui apakah dimensi kualitas layanan (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sriya Cafe & Homestay.
4. Mengetahui apakah dimensi kualitas layanan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sriya Cafe & Homestay.
5. Mengetahui apakah dimensi kualitas layanan (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sriya Cafe & Homestay.
6. Mengetahui apakah kualitas layanan yang terdiri atas dimensi (*tangibble, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sriya Cafe & Homestay.

#### 1.6. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Kegunaan Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menguatkan teori kualitas pelayanan serta sebagai bahan pertimbangan, perbandingan, dan penyempurnaan bagi peneliti selanjutnya.
- b. Untuk menerapkan teori-teori yang telah di terima di bangku kuliah dan untuk menambah pengetahuan dan cakrawala pikir peneliti.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi penulis

Untuk menambah kajian ilmu manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

### b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih lanjut terhadap kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang diterapkan oleh Sriya Café & Homestay, sehingga dapat menjadi referensi dan masukan yang berarti bagi perkembangan Sriya Café & Homestay di masa mendatang dan sebagai strategi pemasaran yang lebih baik bagi Sriya Café & Homestay dalam mencapai tujuan perusahaan.

### c. Bagi Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara Fakultas Ekonimu dan Bisnis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti dimasa mendatang yang mengambil topik yang sama dengan penelitian ini.