

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kintsugi Coffee bertempat di Jl. Abadi Raya No. 38, Gegerkalong Bandung. Kafe ini menyajikan berbagai menu kopi, makanan jepang dan makanan Asia lainnya. Kintsugi berdiri sejak tahun 2018 yang dibentuk dengan **suasana rumahan**. Taman yang luas dengan bangunan yang memiliki interior yang unik dengan beberapa ornamen yang klasik campur modern. Konsep minimalis yang dibuat Kintsugi Coffee dibuat **nyaman dan aesthetic** dengan banyak *seating area*, mulai dari *indoor* dan *outdoor*. Untuk yang kehabisan kursi bisa lesehan di rumput ala piknik. Di Kintsugi juga sangat ramah anak, karena rumputnya terawat jadi tidak banyak kotorannya. Aman untuk anak-anak bermain. Tawaran harga menu dinilai cukup murah dan bersahabat dengan kantong mahasiswa maupun keluarga (survei dan wawancara Bpk Ariq).

Beberapa jenis fasilitas Kintsugi Coffee disediakan sebagai penambah kenyamanan bagi pengunjung kafe seperti stopkontak, akses wifi, *spot foto*, *toilet*, *pet friendly*, tempat piknik, *live music* dan fasilitas protokol kesehatan. Selain memberikan penawaran konsep tempat istimewa dengan daya tarik unik yang berbeda dengan tempat berkumpul atau kafe lainnya, Kintsugi Coffee juga menyajikan beberapa daftar sajian makanan maupun minuman seperti *Ice Coffee*, *Mocktail Coffee*, *Classic Coffee (Milk-Based)*, *Snacks & Dessert*, *Lunch & Dinner* dan berbagai jenis makanan lainnya (survei dan wawancara Bpk Ariq).



Gambar 1.1 Logo Kintsugi Coffee



Gambar 1.2 Suasana Kintsugi Coffee

Alasan memilih Kintsugi Coffee sebagai objek penelitian adalah karena Kintsugi Coffee merupakan *coffee shop* yang tidak biasa yang memiliki suasana *indoor* dan *outdoor* serta memiliki tema *family* dengan sasaran untuk mahasiswa dan keluarga dengan konsep piknik, sehingga persepsi konsumen terhadap Kintsugi Coffee, dan luasnya area kafe menjadi perhatian dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.

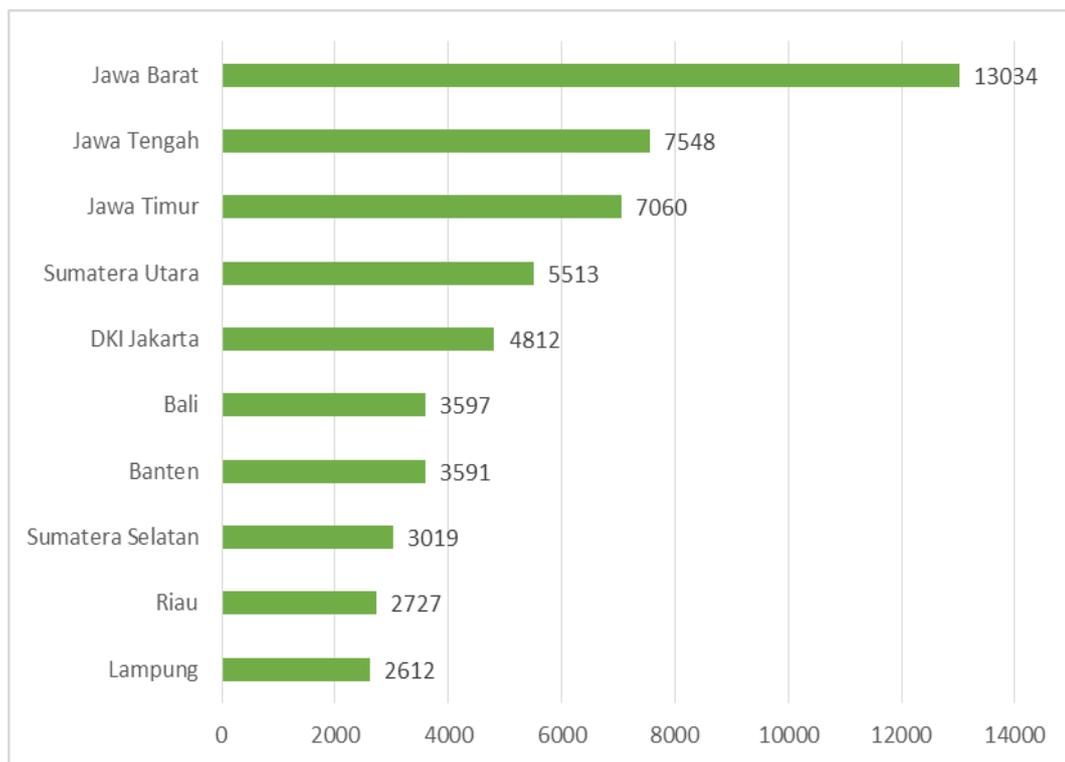
## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Tantangan paling penting yang dijumpai tiap perusahaan di antaranya pemberian layanan yang berkualitas baik. Perusahaan mampu bertahan bila perusahaan tersebut sanggup menarik perhatian dan menjaga kepuasan pelanggannya. Kesuksesan dari kinerja perusahaan tergantung dari perwujudan nilai spesial melalui keefektifan penawaran layanannya pada pelanggan. Hal tersebut sudah menjadikan kualitas produk yang dirasakan sebagai salah satu faktor persaingan terpenting di pasar. Pada umumnya, penentuan keberhasilan usaha di antaranya ditentukan dari kepuasan pelanggan, sebagaimana yang dikemukakan Namin (2017).

Persaingan yang semakin meningkat antara penyedia layanan menjadi ciri pasar akomodasi. Pelanggan diuntungkan dari kompetisi ini dengan ditawarkan berbagai pilihan akomodasi, yang menyebabkan meningkatnya ekspektasi (Oh & Kawon, 2017). Agar tetap kompetitif, menjaga pelanggan saat ini dan memikat pelanggan baru, penyedia akomodasi umumnya meningkatkan kualitas layanan

mereka dan kepuasan pelanggan mereka sebagai strategi utama. Para peneliti terdahulu telah menunjukkan ketertarikan melakukan penelitian kepuasan pelanggan (Nunkoo et al., 2019).

Pertumbuhan jumlah *coffee shop* dan restoran di Indonesia meningkat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Jawa Barat menjadi provinsi teratas dalam hal jumlah restoran dan kafe tahun 2019. Berikut ini data jumlah restoran dan cafe yang dihimpun BPS.



Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Gambar 1.3 Sepuluh Provinsi yang Memiliki Jumlah Restoran/Rumah Makan Paling Banyak Tahun 2019 (Unit)

Pada tahun 2019, Provinsi Jawa Barat sebagai provinsi dengan jumlah restoran terbanyak dibandingkan provinsi lainnya. Kemudian diikuti provinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur menurut informasi data Badan Pusat Statistik (BPS). Kota Bandung sebagai daerah terbanyak yang mempunyai kafe di Jawa Barat pada tahun 2021 yang tercatat oleh Disparbud Provinsi Jawa Barat.

Tabel 1.1 Jumlah Kafe di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Barat Tahun 2021

Kota/Kabupaten	Jumlah Kafe
Sukabumi	63
Cianjur	193
Bandung	421
Garut	203
Tasikmalaya	30
Ciamis	47
Kuningan	116
Cirebon	220
Majalengka	88
Sumedang	111
Indramayu	187
Subang	174
Purwakarta	325
Karawang	140
Bekasi	28
Bandung Barat	128
Pangandaran	78
Kota Bogor	120
Kota Sukabumi	65
Kota Bandung	467
Kota Cirebon	147
Kota Bekasi	104
Kota Depok	275
Kota Cimahi	80
Kota Tasikmalaya	117
Kota Banjar	42

Sumber: Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan (2021)

Berdasarkan data BPS Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung memiliki jumlah kafe terbanyak yaitu 467 unit, kabupaten Bandung sebanyak 421 unit dan Purwakarta sebanyak 325 unit. Perkembangan Kota Bandung yang pesat juga tercermin dari pesatnya pertumbuhan bisnis kuliner termasuk kedai kopi yang ada di berbagai tempat dengan macam-macam produknya.

Pelaku usaha perlu lebih berinovasi lagi guna melahirkan konsep baru yang tentunya berlainan dengan konsep kafe lainnya. Hal tersebut tentunya sebagai daya tarik yang mampu memikat minat pengunjung karena tak seluruh kafe atau kedai kopi mampu diterima oleh kalangan penggemar kopi yang disebabkan salah konsep atau lokasi. Kualitas pelayanan identik dengan fasilitas, keramahan, kecepatan

pelayanan, kenyamanan dan kemampuan usaha dalam menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan(Siregar et al., 2022).

Kintsugi Coffee sebagai salah satu kafe yang mampu bertahan di tengah persaingan yang ketat supaya benar-benar memahami dinamika selera pelanggan sebagai sasaran pasarnya serta berusaha memberikan kepuasan pelanggan. Hal tersebut bisa dilaksanakan melalui upaya senantiasa melakukan peningkatan mutu pelayanan, kualitas makanan dan harga yang ditawarkan dengan tanggap akan lingkungan sekelilingnya, baik pada pelanggan maupun kompetitornya. Peningkatan mutu pelayanan tersebut diharapkan mampu juga memberikan peningkatan kepuasan pada pelanggannya. Definisi kepuasan pelanggan yang ditawarkan oleh instrumen SERVPERF yaitu persepsi kinerja pelanggan dan kepentingan kinerja sebagai instrumen pengukur kualitas layanan. Pengembangan SERVPERF mengacu pada SERVQUAL dari Parasuraman dkk. (1985, 1988), yang mana pengukuran kualitas layanan berdasarkan perbedaan (gap) antara persepsi dengan harapan. SERVQUAL dengan kesenjangan positif mengindikasikan kepuasan, sementara kesenjangan negatif menandakan ketidakpuasan (Namin, 2017).

Model SERVQUAL (*Service Quality*) yaitu pendekatan kualitas yang biasa dipakai menjadi rujukan pada penelitian marketing. SERVQUAL dianggap sebagai alat yang paling tepat untuk mengukur kualitas layanan hotel. Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam kinerja sebuah hotel sebagai sektor jasa. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengukuran kepuasan pelanggan secara terus-menerus untuk menilai kinerja penyedia layanan. Faktor terpenting dalam melakukan prediksi evaluasi kualitas pelayanan adalah aspek-aspek TERRA, yaitu *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (kepastian). Responsivitas layanan dalam hal sikap responsif dan respon cepat terhadap permintaan pelanggan memang memiliki efek buruk pada kualitas layanan (Debasish, 2015). Sebagaimana pendapat Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono & Chandra (2018:219), ada dua unsur yang berpengaruh pada pelayanan yakni harapan dari pelayanan dan persepsi atas pelayanan tersebut. Jika pelayanan yang diterima memenuhi harapan, maka dikatakan baik atau positif.

Pada jurnal yang dikemukakan Namin, (2017) bahwa persepsi konsumen yang umum dalam literatur restoran cepat saji, mempengaruhi kepuasan pelanggan yang diukur dengan instrumen SERVPERF dan berasal dari kualitas makanan, kualitas layanan, serta penilaian harga. Ketiga dimensi SERVPERF yang digunakan sesuai dengan kondisi Kintsugi Coffee sehingga layak untuk digunakan sebagai dimensi penelitian. Jurnal yang dikemukakan Namin (2017) berdasarkan indeks kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji secara keseluruhan.

Keluhan pelanggan tersebut merupakan rasa ketidakpuasan atas layanan dan fasilitas yang diberikan. Kepuasan pelanggan erat kaitannya nilai dari pelanggan. Manfaat yang diperoleh dari terwujudnya kepuasan pelanggan, di antaranya keharmonisan hubungan perusahaan dengan pelanggan, sebagai dasar dari pembelian kembali serta lahirnya kesetiaan pelanggan.

Hasil wawancara dengan konsumen masih ada perlu perbaikan dan keluhan seperti toilet yang becek, menunggu pesanan yang lama. Hal ini tentunya mengindikasikan masih terdapat pelanggan yang tidak puas dengan memberikan komplek atas jasa yang diberikan oleh Kintsugi Coffee. Berikut ini *review* komplek dan kepuasan pelanggan yang dimuat di layanan saran Instagram kintsuggi.

Tabel 1.2 *Review* Pelanggan

alfianyn	Hallo kakk terimakasih jg yaak☺enaakenak kakk apalagi ayam cabe garam!! wkwkw cuman buat beefbowl kayanya beefnya terlalu kering gt cuman overall enak semua 4,5.  Oiyaa kayanya kamar mandinya gatau karna hujan jadi becek gt sih kayanya batunya harus agak dibanyakin gt hehe
sellysuryani	Hai kak, klo di rate makanan minuman 4,5 ,service 4, ambiance 5. Mungkin tempat yg semi outdoor nya kurang banyak ka, jadi pas hujan kaya kemarin aga penuh dan banyak yg gadapet tempat. Tapi overall memuaskan semua.
raditya.rk	Haloo min! Iyaa sama-samaa. Kalo dari aku minumannya enakk, suasananya juga nyaman. Tapi kemarin koneksi wifinya lelet banget min ☹ mungkin karena lagi banyak yang pake kali yaa. Tapi jujur itu bikin pengalaman berkunjung ke Kintsugi agak kurang nyaman. Selain dari wifi, 5 dari 5 buat Kintsugi.
ferlipey	“halo min, aku kasih rate pisah ya min makanan: 5/5 minum: 4/5 service: 3/5

	ini opini pribadi aku sendiri yaa min setelah ke sana, apa yang aku rasain dari service tim Kintsugi kemarin kaya yg males kl berhadapan dengan customernya, ga ada gairah buat ngedapetin <i>first impress</i> dr customernya bagus gitu, mungkin karena udah cape atau gmn kali ya min semoga kl ke yg lain gagitu”
Muhammad Ghazi	Pesen chicken skin doang harus nunggu sejam malah orang lain dulu yang di duluin walaupun ramah tapi tolonglah prioritasin yang udah pesen duluan
Silfia Dindasari	Lama banget orderannya, pelayannya juga kurang
21	Makanannya lumayan enak tapi agak terlalu asin menurutku, penyedap rasanya lumayan kenceng hahah.... Cafenya enak ada tamannya, tapi sayang waktu hujan datang dan tempat neduhnya kecil, jadi gak kebagian duduk, akhirnya makan dari mobil di parkir
Yoga Ishandiary	Kursi dibagian semi indoornya dikit, jadi aga keujanan gitu deh.

Penilaian konsumen Kintsugi beberapa memberikan penilaian positif dan lainnya menyatakan negatif yang menunjukkan masih adanya konsumen yang tidak puas dengan salah satu fasilitas jasa yang diberikan. Penilaian yang dikemukakan alfianyn bahwa “kamar mandinya becek mungkin karena hujan sehingga batunya harus ditambah”, pernyataan tersebut berkaitan dengan dimensi *tangible* atau bukti fisik yang masih perlu diperbaiki. Begitu pula dengan pernyataan Selly Suryani bahwa “tempat yang semi *outdoor* nya kurang banyak ka, jadi pas hujan kaya kemarin aga penuh dan banyak yang ga dapet tempat” dan inipun berkaitan dengan dimensi *tangible*. Pada pernyataan raditya.rk “Kalo dari aku minumannya enakk, suasananya juga nyaman. Tapi kemarin koneksi wifinya lelet banget min 😞 mungkin karena lagi banyak yang pake kali yaa. Tapi jujur itu bikin pengalaman berkunjung ke kintsugi agak kurang nyaman” yang berkaitan dengan dimensi *reliability* atau kehandalan.

Pendapat dari ferlipey yaitu “apa yang aku rasain dari *service* tim Kintsugi kemarin kaya yang males kalo berhadapan dengan customernya, gaada gairah buat ngedapetin *first impress* dr customernya bagus gitu, mungkin karna udah cape atau gmn kali ya min semoga kalau ke yang lain gagitu”, keluhan ini juga berkaitan dengan dimensi *responsiveness* atau daya tanggap karena karyawan kurang tanggap

dalam melayani konsumen. Begitu pula dengan keluhan Muhammad Gahzi bahwa “Pesen chicken skin doang harus nunggu sejam malah orang lain dulu yang di duluin walaupun ramah tapi tolonglah prioritasin yang udah pesen duluan” yang berkaitan dengan dimensi assurance atau kepastian. Berikutnya pendapat 21 bahwa “Makanannya lumayan enak tapi agak terlalu asin menurutku, penyedap rasanya lumayan kenceng hahah.....Cafenya enak ada tamannya, tapi sayang waktu hujan datang dan tempat neduhnya kecil, jadi gak kebagian duduk, akhirnya makan dari mobil di parkir”, hal ini pun berkaitan dengan dimensi tangibel sementara pendapat dari Silfia Dindasari yaitu “lama banget orderannya, pelayannya juga kurang” yang menunjukkan karyawan kurang tanggap dan berkaitan dengan dimensi *responsiveness* (daya tanggap). Dan terakhir pendapat Yoga Ishandiary yang mengemukakan “Kursi dibagian semi indoornya dikit, jadi aga keujanan gitu deh”, ini pun berkaitan dengan dimensi tangibel sehingga perlu menjadi perhatian manajemen Kintsugi Coffee yang harus segera ditangani yang pada gilirannya konsumen akan datang kembali, selanjutnya perlu dilihat kembali harga yang sesuai agar konsumen datang kembali, karena sekecil apapun keluhan apabila tidak ditindaklanjuti akan menurunkan kinjungan konsumen dan hal ini diduga akan mempengaruhi kualitas pelayanan. Kemampuan teknologi informasi Transformatif memengaruhi inovasi organisasi dalam menanggapi perubahan dalam konteks organisasi secara proaktif. Peningkatan keinovatifan organisasi perusahaan pada gilirannya akan meningkatkan kemampuan organisasi untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Widodo, 2015).

Fenomena ini menjadi gunung es pada teori Psikoanalisis dari Sigmund Freud bahwa untuk mengenali pikiran serta penyebab dari segala tingkah laku manusia. Fenomena gunung es tersebut selalu ada pada setiap diri individu dan setiap individu mampu menganalisis gunung esnya masing-masing (Sarereake et al., 2021). Maka dari itu pendekatan yang tepat ketika memberikan pelayanan yang baik atau standar etika seringkali membutuhkan banyak kesabaran. Dalam hal ini pihak kafe harus bersikap tenang dan santun, agar tidak menyinggung perasaan tamu, tetapi juga menjalin hubungan baik antara staf kafe dengan pengunjung. Selain itu, ketika menangani keluhan atau memberikan pelayanan, harus ada

pengetahuan, ketampanan, dan sikap yang cukup untuk menentukan keberhasilan pekerjaan. Staf yang melayani mesti mampu memahami dengan sangat baik mengenai etika yang baik dan sopan, staf pun mesti mampu melakukan penanganan atas keluhan tamu secara baik melalui penggunaan etika yang baik ketika melakukan penanganan keluhan (Rendrawan et al., 2020).

Suatu perasaan konsumen sebagai respon atas produk ataupun jasa yang sudah digunakan disebut kepuasan pelanggan sebagaimana diutarakan Irawan (2021:54). Jadi penelitian ini akan menginvestigasi Anteseden Kepuasan Pelanggan dan Pengaruh Terhadap Niat Perilaku.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Pelanggan mempersepsikan bahwsanya Kintsugi Coffee ternyata belum memuaskan pelanggannya, terlihat dari beberapa keluhan yang diutarakan pelanggan melalui media sosial instagram. Hal ini diduga kualitas pelayanan berpotensi berpengaruh pada kepuasan pelanggan, hal ini pernah diteliti oleh Namin (2017) namun belum pernah diujikan di restoran di Indonesia khususnya di Kintsugi Coffee.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Namin (2017) menerangkan bahwsanya kualitas layanan tidak memberikan pengaruh pada niat perilaku pelanggan. Sedangkan kepuasan memberikan pengaruh atas niat perilaku. Begitu pula dengan kualitas layanan, kualitas makanan dan harga berpengaruh pada kepuasan. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya kepuasan pelanggan sebagai moderasi perlu ditingkatkan sehingga restoran cepat saji dapat mencapai niat perilaku yang lebih baik. Penelitian lain yang dilakukan Kurniawan et al., (2021) niat perilaku kosumen mendapatkan pengaruh positif yang berarti dari kualitas pelayanan maupun kepuasan konsumen.

Sementara pada penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dari niat berperilaku dan kepuasan pelanggan yang mendapatkan pengaruh dari kualitas makanan, kualitas pelayanan maupun penilaian harga. Dengan demikian, pertanyaan penelitiannya yaitu:

1. Seberapa besar kepuasan memberi pengaruh terhadap niat berperilaku

pelanggan Kintsugi Coffee

2. Seberapa besar kualitas pelayanan memberi pengaruh pada kepuasan pelanggan Kintsugi Coffee.
3. Seberapa besar kualitas pelayanan memberi pengaruh atas niat perilaku pelanggan Kintsugi Coffee.
4. Seberapa besar kualitas makanan memberi pengaruh pada kepuasan pelanggan Kintsugi Coffee.
5. Seberapa besar penilaian harga memberi pengaruh atas kepuasan pelanggan Kintsugi Coffee.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian bertujuan yakni:

1. Mengukur pengaruh yang diberikan kepuasan terhadap niat berperilaku pelanggan Kintsugi Coffee
2. Mengukur pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Kintsugi Coffee.
3. Mengukur pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan atas niat perilaku pelanggan Kintsugi Coffee.
4. Mengukur pengaruh yang diberikan kualitas makanan pada kepuasan pelanggan Kintsugi Coffee.
5. Mengukur pengaruh yang diberikan penilaian harga atas kepuasan pelanggan Kintsugi Coffee.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Kegunaan dari penelitian diuraikan ke dalam aspek teoritis dan aspek praktis.

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Kegunaan penelitian berdasarkan aspek teoritis hendaknya mampu menerapkan teori-teori marketing yang berhubungan dengan faktor kepuasan pelanggan pada Kintsugi Coffee Bandung dan mampu sebagai bahan rujukan untuk

penelitian selanjutnya yang mendalami ilmu marketing.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Manfaat penelitian ditinjau dari aspek praktis hendaknya mampu dipakai oleh Kintsugi Coffee ataupun pengusaha sejenis sebagai sumber perancangan strategi dalam pengembangan, inovasi, maupun kolaborasi strategi marketing sebuah usaha berbasis *hospitality*, sehingga Kintsugi Coffee dapat secara tepat memakai kombinasi dan meraih target yang diharapkan serta tentunya tepat sasaran.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Berikut uraian singkat mengenai sistematika dari laporan penelitian ini yang meliputi:

a. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab yang mengandung pemaparan gambaran umum dan latar belakang penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab yang mengandung teori-teori terkait pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab yang menjabarkan metode beserta teknik penelitian yang dipakai.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab yang berisi pengolahan hasil penelitian beserta pembahasannya.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab yang mengandung kesimpulan berupa jawaban atas pertanyaan penelitian beserta saran yang mengacu pada manfaat penelitian.