

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Peluang mendirikan sebuah kafe sangat menguntungkan dalam dunia bisnis terutama pada kota-kota besar contohnya Yogyakarta, dengan label kota pariwisata dan kota pelajar sangat memungkinkan bagi pihak pemilik kafe dalam menjaring banyaknya pelanggan. Berbeda dengan restoran yang hanya mengutamakan tempat makan, kafe lebih mengutamakan pada hiburan dan kenyamanan pengunjung. Saat ini pengelola usaha sangat kreatif dalam mengundang minat konsumen untuk datang ke lokasi kafe dengan mendekorasi tempat tersebut dengan konsep yang berbeda dan unik, salah satunya adalah *SILOK KOPI & EATERY* yang tadinya kafe hanya sebatas tempat berkumpul nongrong atau mengerjakan tugas membuat pihak pengelola kafe menerapkan konsep *store atmosphere* dan *layout* yang berbeda. Menggabungkan seni modern dan tradisional sehingga banyak konsumen atau wisatawan yang datang merasa puas dengan kenyamanan dan pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola kafe.

*Customer Satisfaction* ditentukan dengan kualitas barang / jasa yang dikehendaki konsumen, sehingga *Assurance* kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. *Customer Satisfaction* merupakan faktor penting dalam suatu bisnis, untuk mewujudkan kepuasan itupun bukan hal mudah. Menurut (Lupyoadi (2001). dalam memenuhi *Customer Satisfaction* Item yang dapat digunakan

untuk mengukur persepsi konsumen atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi yaitu: *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* (Lupiyoadi dan Hamdani 2006).

Pertumbuhan pesat di industri makanan, khusus-nya cafe membuat pebisnis sadar akan posisi persaingan industri sehingga mereka harus mempertahankan keunggulan bersaing. Pentingnya mempertahankan konsumen dalam persaingan bisnis dapat menjadi diferensiasi dan usaha pemasaran yang inovatif dapat digunakan untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Salah satu usaha pemasaran yang inovatif adalah kreativitas dalam menciptakan suasana/ lingkungan cafe yang unik serta kualitas layanan yang dapat memberikan kesan nyaman dan puas kepada konsumen. Ini sangat penting mengingat dewasa ini seseorang berbelanja bukan hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli barang atau jasa, tapi merupakan kegiatan untuk mengisi waktu, rekreasi, hiburan atau bahkan untuk melepas stress (Ma'ruf, 2006). Dengan adanya pemikiran dan penjelasan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti mengenai "PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *TANGIBLE*, *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*, *ASSURANCE* DAN *EMPATHY* PADA *CUSTOMER SATISFACTION*".

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas terdapat beberapa masalah yang dapat dirumuskan untuk dibahas oleh peneliti:

1. Bagaimanakah pengaruh *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada *SILOL KOPI & EATERY*?
2. Bagaimanakah pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan pelanggan pada *SILOL KOPI & EATERY*?
3. Bagaimanakah pengaruh *Reliability* terhadap *Customer Satisfaction* *SILOL KOPI & EATERY*?
4. Bagaimanakah pengaruh *Responsiveness* terhadap *Customer Satisfaction* *SILOL KOPI & EATERY*?
5. Bagaimanakah pengaruh *Assurance* terhadap *Customer Satisfaction* *SILOL KOPI & EATERY*?
6. Bagaimanakah pengaruh *Empathy* terhadap *Customer Satisfaction*

### **C. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini memfokuskan indikator-indikator tertentu pada pengaruh *Store Atmosphere*, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* terhadap *Customer Satisfaction* *SILOL KOPI & EATERY*.

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengukur dan menganalisis secara serempak ataupun sebagian dan signifikan pengaruh *store atmosphere*, *tangible*, *reliability*, *Responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada *SILOL KOPI & EATERY*

2. Menguji dan menganalisis variabel manakah yang dominan mempengaruhi *Customer Satisfaction* pada *SILOL KOPI & EATERY*

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritik

Hasil dari penelitian ini untuk memberikan bukti empiris pengaruh *store atmosphere, tangible, reliability, Responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap *customer satisfaction* pada *SILOL KOPI & EATERY*

### 2. Manfaat Praktik

#### a. Manfaat bagi Pelaku Bisnis/Usaha

- 1) Untuk memberikan masukan kepada pihak kafe *SILOL* guna mempertahankan kenyamanan *store atmosphere, tangible, reliability, Responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap *Customer Satisfaction*.
- 2) Memberikan kontribusi pengembangan kepada pihak cafe dalam meningkatkan *Customer Satisfaction* melalui *tangible, reliability, Responsiveness, assurance* dan *empathy*
- 3) Menambah pengetahuan dan wawasan bidang pelayanan jasa serta gambaran singkat atmosfer tempat usaha dan tata letak yang diberikan pihak *SILOL KOPI & EATERY* kepada pelanggan.

b. Manfaat bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan data pembandingan terkait dengan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh *store atmosphere*, *tangible*, *reliability*, *Responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan dan membantu memperjelas teori yang di ajarkan di perkuliahan dengan fenomena nyata