

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebuah kegiatan usaha selain bertujuan untuk memperoleh keuntungan, perusahaan juga diwajibkan menciptakan kepuasan kepada para pelanggan guna mempertahankan sekaligus meningkatkan kinerja perusahaan di antara persaingan yang ketat. Para pelaku bisnis sangat mengharapkan keuntungan maksimal, terutama dalam memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan terpuaskan (Oxtafiani & Widowati, 2017).

Perkembangan bisnis kafe sangat menjanjikan pada beberapa tahun terakhir. Kafe menjadi tempat favorit para pemuda untuk berkumpul dengan teman-teman, mengerjakan tugas, atau sering juga digunakan pekerja untuk mengadakan *meeting*. Gerai kafe seringkali berdiri di pusat kota maupun di sekitaran kampus untuk memperoleh target pasar. Bisnis kopi pada saat ini juga didukung dengan adanya fasilitas beli makan online yang semakin memudahkan pembeli untuk mendapatkan produk gerai kafe dari mana saja.

Saat ini, usaha kafe tidak saja menjual minuman kopi, tetapi berkembang dengan menjual berbagai menu lainnya untuk menarik pelanggan mulai dari minuman non-kopi sampai makanan ringan sebagai pendamping bahkan makanan berat. Fasilitas yang diberikan juga tidak kalah lengkap. Restoran memberikan banyak fasilitas yang dimanfaatkan

pelanggannya seperti jaringan wifi, hiburan *live music*, televisi, dan sebagainya (Purwihartuti & Amalia, 2019). Semakin lengkap fasilitas yang disediakan kafe, maka semakin besar juga kemungkinan untuk memperoleh pelanggan yang banyak. Pelanggan seringkali menilai apa yang mereka dapatkan saat berada di gerai kafe. Penilaian pelanggan bisa diberikan melalui kritik dan saran atau memberikan ulasan pada situs kafe yang bersangkutan.

Salah satu strategi pemasaran yang paling penting pada zaman sekarang ialah memberikan nilai kepada pelanggan (Chen & Hu, 2010). Menawarkan suatu barang atau jasa yang mempunyai nilai tinggi kepada pelanggan diyakini sebagai cara terbaik untuk memperoleh keunggulan dari pesaing (Chen & Hu, 2010). Menciptakan nilai pelanggan menjadi sumber keunggulan bersaing. Pada era ekonomi layanan, memenuhi harapan pelanggan dan menilai kepuasan pelanggan menjadi fokus penciptaan nilai (Yu & Fang, 2009). Nilai yang dirasakan pelanggan menyelidiki interaksi produk dan layanan.

Kualitas pelayanan dapat dinilai secara visual atau kasat mata ataupun dirasakan secara langsung. Perlakuan karyawan berupa nilai, kesigapan, dan informasi yang jelas kepada para pelanggan menjadi nilai yang penting untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan sehingga timbul persepsi baik terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan difokuskan pada sisi pelanggan, pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa diperlakukan dengan baik. Kualitas pelayanan menjadi

salah satu faktor penting yang dipertimbangkan pelanggan saat akan membeli barang atau jasa (Purwihartuti & Amalia, 2019).

Bisnis kafe dan kedai kopi di Yogyakarta sangat menjamur. Banyak dijumpai kafe ataupun kedai kopi yang berdiri di jalanan bahkan berdampingan satu sama lain yang membuat persaingan bisnis kafe di Yogyakarta sangat ketat. Seperti di kawasan Kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terdapat banyak kafe yang berdiri berdampingan. Salah satu yang ramai dan terkenal di kawasan kampus UMY adalah Bento Kopi Indonesia, kafe ini berdiri sejak tahun 2012 dan berkembang hingga sekarang. Berdasarkan data yang didapat dari instagram resmi Bento Kopi Indonesia, pada tahun 2021 kafe ini telah memiliki 14 cabang di beberapa daerah di Indonesia, diantaranya adalah:

Tabel 1. 1
Cabang Bento Kopi Indonesia

No	Cabang	Alamat
1.	Bento Kopi Jamal	Jl. Kuturaden No 12, Mlati, Sleman
2.	Bento Kopi UAD	Jl. Patih Singoranu No. 153, Banguntapan, Bantul
3.	Bento Kopi Maguwoharjo	Krodan, Maguwoharjo, Depok, Sleman
4.	Bento Kopi UMY	Jl. Gatak No. 99, Kasihan, Bantul
5.	Bento Kopi Sorowajan	Jl. Flamboyan, Banguntapan, Bantul
6.	Bento Kopi Klebengan	Jl. Manggis No. 12, Depok, Sleman
7.	Bento Kopi Jakal	Jl. Kaliurang KM. 12, Ngaglik, Sleman
8.	Bento Kopi Concat	Jl. Ringin Raya No. 18, Depok, Sleman
9.	Bento Kopi Nologaten	Jl. Nologaten, Depok, Sleman
10.	Bento Kopi Godean	Jl. Lapangan No. 1, Gamping, Sleman

No	Cabang	Alamat
11.	Bento Kopi UMS	Jl. Menco Raya No. 109, Kartasura, Sukoharjo
12.	Bento Kopi Klaten	Jl. Klaten – Jatinom, Klaten Selatan, Klaten
13.	Bento Kopi Salatiga	Jl. H. Ilyas No. 23, Kec. Tuntang, Kab. Semarang
14.	Bento Kopi Semarang	Jl. Rowasari Raya, Tembalang, Semarang

Dapat diketahui dari Tabel 1.1 diatas bahwa Bento Kopi memiliki perkembangan sangat pesat yang ditandai dengan tersebarnya cabang di berbagai kota. Dari ketatnya persaingan kafe di Yogyakarta maka pelaku bisnis perlu melakukan peningkatan kualitas yang dimiliki. Peningkatan kualitas pelayanan pada Bento Kopi diharapkan mampu meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai yang dirasakan pelanggan. Oleh sebab itu penelitian ini diberikan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai yang Dirasakan Pelanggan”**.

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu oleh (Chen & Hu, 2010) dengan judul *“How Determinant Attributes of Service Quality Influence Customer-perceived Value: An Empirical Investigation of the Australian Coffee Outlet Industry”*.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang didapat dari uraian diatas ialah:

1. Apakah Kualitas Kopi berpengaruh terhadap Nilai yang Dirasakan Pelanggan pada Bento Kopi UMY?
2. Apakah Layanan berpengaruh terhadap Nilai yang Dirasakan Pelanggan pada Bento Kopi UMY?
3. Apakah Makanan dan Minuman berpengaruh terhadap Nilai yang Dirasakan Pelanggan pada Bento Kopi UMY?
4. Apakah Atmosfer berpengaruh terhadap Nilai yang Dirasakan Pelanggan pada Bento Kopi UMY?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Kopi terhadap Nilai yang Dirasakan Pelanggan pada Bento Kopi UMY.
2. Untuk menganalisis pengaruh Layanan terhadap Nilai yang Dirasakan Pelanggan pada Bento Kopi UMY.
3. Untuk menganalisis pengaruh Makanan dan Minuman terhadap Nilai yang Dirasakan Pelanggan pada Bento Kopi UMY.
4. Untuk menganalisis pengaruh Atmosfer terhadap Nilai yang Dirasakan Pelanggan pada Bento Kopi UMY.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan peran secara ilmiah mengenai pentingnya kualitas pelayanan terhadap bisnis yang menjual barang dan jasa. Teori tentang kualitas pelayanan memang sudah dibahas, namun masih jarang membahas tentang variabel tersebut. Penelitian ini diharapkan mampu memperkuat teori yang sudah ada dan memberikan referensi baru untuk peneliti lainnya dalam membuat karya ilmiah.
2. Secara praktis, bagi peneliti diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pandangan mengenai nilai pelanggan kepada pihak-pihak yang terjun dalam bisnis.
3. Bagi penjual, diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan terhadap bisnisnya agar dapat memuaskan pelanggannya.
4. Bagi pembeli, diharapkan mampu menambah pengetahuan tentang keunggulan dalam pelayanan yang diberikan saat membeli barang atau jasa.