

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah penduduk Indonesia semakin padat setiap tahunnya. Selain semakin padat, jumlah penduduk Indonesia juga semakin bertambah konsumen dalam melakukan transaksi. Salah satu kegiatan konsumerisme pada masyarakat saat ini mirip dengan konsumsi makanan dan berkumpul di cafe. Di sisi lain juga terdapat perubahan gaya hidup seperti kebiasaan minum kopi di rumah, sekarang lebih suka minum kopi di tempat lain seperti cafe. Hal ini semakin meningkatnya kebutuhan akan tempat makan disertai dengan suasana yang mendukung untuk menjalin hubungan dengan relasi.

Menurut (Nanincova, 2019) Perkembangan di era globalisasi saat ini kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia semakin meningkat. Kebutuhan dasar dan utama masyarakat Indonesia adalah makanan dan minuman yang diperoleh dengan cara memasak atau membuat sendiri. Budaya itu berkembang maka, semakin banyak pula yang menyukai makan di restoran atau membeli di restoran atau cafe, dan gambaran makanan yang diolah di restoran atau kafe terasa lebih enak Makanan buatan rumah. masyarakat Indonesia saat ini lebih tertarik menghabiskan waktu di luar untuk berkumpul dengan teman, mengerjakan pekerjaan, bertemu rekan kerja dan sebagainya.

Dalam upaya memuaskan pelanggan, pelaku usaha harus peka terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir selalu berubah. Pembeli akan berpindah setelah memperoleh persepsi terhadap nilai penawaran produk, kepuasan pasca pembelian bergantung pada seberapa baik kinerja produk dibandingkan dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat persepsi yang dirasakan seseorang setelah membandingkan persepsinya (kinerja atau hasil) dengan harapannya (Qomariah, 2016).

Menurut Arianty (2018) , “keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang timbul dan perlu dihadapi agar dapat mencapai tujuan secepat dan seefektif mungkin dari segi biaya”. Keputusan pembelian sebagai jembatan pelanggan dalam memutuskan membeli dengan memperhatikan kualitas layanan dan *store atmosphere* yang ada pada café.

Pelayanan yang baik dinilai dari tingkat kemampuan karyawan dalam memberikannya informasi yang jelas dan penguasaan di bidangnya masing-masing. Dari perspektif TQM (Total Quality Management) kualitas layanan dipertimbangkan dalam arti luas, yaitu tidak hanya dari segi hasil yang ditekankan tetapi juga mencakup proses, lingkungan dan manusia (A. Setiawan et al., 2022).

Suasana saat ini (atmosfer) merupakan faktor penting bagi konsumen dalam memilih lokasi makan. Suasannya nyaman dan homey menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum mengambil keputusan pergi atau mengunjungi kedai cafe tertentu. Bahkan tidak sedikit konsumen yang menyukai makan di cafe dari pada di rumah karena alasan menyukai suasana di cafe yang bersangkutan (Meldarianda, 2016).

Dengan menciptakan suasana cafe yang menarik dapat menggugah minat konsumen saat berkunjung ke cafe tersebut kemudian didukung dengan kualitas pelayanan yang menciptakan kepuasan konsumen, jika konsumen puas maka tidak menutup kemungkinan mereka untuk melakukan keputusan pembelian dan tidak menutup kemungkinan bagi pengunjung untuk merasa puas dan menjadi pelanggan tetap cafe tersebut (Sholihah, 2020).

Cafe Retrorika salah sebuah cafe yang relatif lama di Kota Batu, berdiri sejak tahun 2018. Banyak sekali pesaing kedai kopi di kota Batu. Tentunya kualitas pelayanan yang baik sangat diperlukan untuk memuaskan pelanggan yang datang ke Cafe Retrorika sehingga dapat berujung pada kepuasan pelanggan. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan peneliti, kualitas pelayanan pada awal pembukaan masih kurang. Tapi dengan seiring berjalannya waktu, kualitas pelayanan di kedai kopi pun lebih baik.

Cafe ini terletak di Jalan Dewi Mutmainah Banara nomor 03, desa Bumiaji, Batu. *Cafe* Retrorika memiliki konsep *desain interior* yang unik. Berada di antara persawahan dan pemukiman, *cafe* ini unik karena hampir setiap sudutnya menggunakan bahan daur ulang. Bahkan jika dilihat dari depan, efek nostalgia dan *vintage* yang tercipta dari pintu dan jendela yang ditata sedemikian rupa menjadikannya daya tarik tersendiri. Tidak hanya untuk dipajang, kita juga bisa membeli beberapa bunga sukulen dan bunga hias lainnya di *cafe vintage* ini.

Café ini juga sering mengadakan *work shop* dengan berbagai tema sehingga mampu menarik kepuasan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. *Cafe-cafe* di kota Batu banyak pilihannya yang memudahkan konsumen untuk berpindah dari satu *cafe* ke *cafe* lainnya yang menurut mereka lebih baik. Hal tersebut bias saja terjadi oleh karena itu, pelaku usaha harus berhati-hati saat mencari peluang pasar dan keinginan konsumen agar dapat memberikan kepuasan pelanggan sehingga konsumen tidak beralih ke pesaing lain karena konsumen yang tidak puas, dia akan mudah untuk beralih ke *cafe* lain.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis selain dari suasana *cafe* yang harus diperhatikan oleh pemilik yaitu kualitas layanan. Retrorika Café menerapkan sistem pelayanan *self serving* dimana konsumen harus mengambil buku menu dan mengantarkan pesannya di tempat yang telah disediakan oleh Retrorika Cafe, demikian halnya dengan proses transaksi yang dilakukan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mempelajari kualitas pelayanan dan atmosfir toko guna mencapai kepuasan pelanggan. Judul penelitian ini adalah “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI *VARIABEL INTERVENING* PADA *CAFÉ RETRORIKA BATU*”.

B. Rumusan Masalah

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang masih kurang mendapatkan perhatian lebih oleh kebanyakan pengelola ataupun pemilik *café*

yang ada di kota Batu, sebab kebanyakan dari pengelola café terlalu terfokus ke hal-hal lain yang belum tentu menghasilkan kepuasan pelanggan dan juga kebanyakan pelanggan yang tidak puas enggan menyampaikan langsung kepada pengelola café yang kemudian membicarakan ketidakpuasannya pada orang lain yang pernah atau tidak pernah datang ke café yang di maksud. Sehingga dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan, *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan berpengaruh pada keputusan pembelian?
2. Apakah kualitas layanan dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas layanan dan *store atmosphere* berpengaruh pada kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengkaji kualitas layanan, *store atmosphere*, dan kepuasan pelanggan pada keputusan pembelian
2. Mengkaji kualitas layanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan
3. Mengkaji pengaruh kualitas layanan dan *store atmosphere* pada kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian

D. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, *store atmosphere*, kepuasan konsumen dan pembelian ulang.

b) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai beberapa manfaat antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Setelah diketahui seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang menimbulkan pembelian ulang dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *café*

retorika, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi pihak pengelola untuk memperbaiki atau mempertahankan kualitas pelayanan sehingga dapat memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

2. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperdalam pengetahuannya di dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere*, kepuasan konsumen dan pembelian ulang. Selain itu penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah didapat selama menuntut ilmu di perguruan tinggi.

E. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan maka penelitian ini dibatasi pada Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada *Café Retorika*. Permasalahan tersebut merupakan prioritas yang harus segera diatasi karena itu adalah kunci penting bagi perusahaan untuk dapat terus bertahan, berkembang, dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya