

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar selalu berubah-ubah menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, perkembangan teknologi, perkembangan sosial ekonomi dan persaingan bisnis. Untuk itu diperlukan strategi perusahaan untuk menemukan peluang-peluang baru dan mengantisipasi ancaman-ancaman terhadap keberlangsungan dan perkembangan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan indikator terpenting keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan.

Era teknologi komunikasi yang semakin canggih, kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan dengan mudah terbentuk dan mempengaruhi pasar. Internet menyediakan sarana bagi pelanggan untuk menyebarkan berita buruk atau berita baik dengan cepat keseluruh penjuru dunia. Kebutuhan pelanggan yang berbeda menyebabkan perbedaan baik tingkat kepuasan pelanggan maupun fokus kepuasan pelanggan, sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan jenis produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (Apriasty & Marina, 2021).

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha. Tercapainya kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif bagi perusahaan, seperti pendapatan yang diperoleh perusahaan akan meningkat, reaksi terhadap produsen berbiaya rendah,

manfaat ekonomis dari kepuasan pelanggan, reduksi pada sensitivitas harga, menjadi kunci untuk bisnis selanjutnya, hubungan baik antara mulut - kemulut (Hasan, 2013).

Kepuasan (*satisfaction*) dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara memberikan kualitas layanan yang maksimal. Kualitas layanan menjadi suatu hal yang tidak dapat dilepaskan dengan kepuasan pelanggan, karena kualitas layanan dapat memotivasi pelanggan untuk menumpuk ikatan yang kuat dengan suatu usaha, dan untuk kedepannya ikatan seperti ini memungkinkan suatu usaha secara cermat untuk menafsirkan harapan serta apa yang menjadi keperluan bagi pelanggan (Dewi dkk, 2019). Menurut Kotler & Keller (2012), terdapat lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yaitu: 1) kualitas produk; 2) kualitas layanan; 3) emosional; 4) harga; dan 5) *store atmosphere*.

Kualitas layanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan dimana kualitas layanan akan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin hubungan yang menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan sehingga hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Krisdianti &

Sunarti (2019) kualitas layanan adalah tingkat kualitas yang diharapkan oleh pelanggan untuk memenuhi keinginan pelanggan, jika pelanggan merasakan jasa atau layanan yang diterimanya dapat memenuhi apa yang diharapkan atau bahkan melampaui harapannya, maka kualitas jasa atau layanan tersebut di persepsikan baik, prima dan memuaskan.

Kualitas produk juga termasuk faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, kualitas produk yang bagus perusahaan dapat menjaga loyalitas pelanggan, reputasi perusahaan, dan kesuksesan jangka panjang. Kotler & Amstrong (2012) menyatakan bahwa kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan Wijaya (2011) menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Selain kualitas layanan dan kualitas produk, *store atmosphere* sangat penting bagi setiap bisnis karena berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga membuat pelanggan ingin berlama-lama berada di dalam toko. Suasana toko bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Indriastuty et al., (2017) menyatakan *store atmosphere* merupakan salah satu *marketing mix* dalam gerai yang berperan

penting dalam memikat pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang ingin dimiliki baik untuk keperluan pribadi, maupun untuk keperluan rumah tangga. Purnomo (2017) mengungkapkan tujuh indikator dari *store atmosphere* yaitu kebersihan, musik, aroma, suhu, pencahayaan dan warna serta pajangan atau tata ruang. Hal ini diungkapkan bahwa *store atmosphere* yang nyaman dapat mempengaruhi persepsi kualitas makanan dan kualitas layanan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Sebagai tambahan bukti empiris pada penelitian ini, dibuktikan dengan adanya *research gap* yaitu masih adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu antara hubungan ke dua variabel yaitu pengaruh kualitas layanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan, dan juga pengaruh kualitas produk terhadap terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perlu adanya pengkajian kembali secara empirik pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian ini.

Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan Hilaliyah (2017) dan Binaraesa dkk. (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi (2014) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan juga terdapat *research gap* pada penelitian Kurniawan (2015) dan Sambara dkk. (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan namun hasil penelitian yang dilakukan Mariansyah dan Syarif

(2020) dan Lieyanto dan Pahar (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Bukti empiris kedua dalam penelitian ini, dibuktikan dengan adanya *research gap* yaitu masih adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu terhadap *store atmosphere* sebagai variabel moderasi antara pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu perlu adanya pengkajian kembali secara empirik pada penelitian ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hilaliyah (2017) bahwa *store atmosphere* tidak memoderasi pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan *store atmosphere* tidak memoderasi pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berbanding terbalik dengan yang dilakukan Kurniawan (2015) menyatakan bahwa *store atmosphere* memoderasi pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan dan *store atmosphere* memoderasi pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Malang merupakan salah satu kota terbesar yang ada di Jawa Timur. Udaranya yang sejuk dan pemandangan pegunungan disetiap sudut membuat kota ini mengundang banyak kalangan untuk singgah dikota ini baik dari sektor wisata maupun kuliner. Saat ini banyak pemilik usaha dan investor berlomba lomba untuk membangun bisnis dikota malang, khususnya dibidang kuliner. Saat ini perkembangan bisnis kuliner banyak mengalami kemajuan dengan menyajikan beberapa tempat unik dan layanan bagus.

Saat ini, fenomena bisnis kuliner telah menjadi *trend* yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, khususnya kuliner pedas. Minat masyarakat terhadap kuliner pedas telah meningkat, dan banyak pengusaha kuliner melihat peluang dalam memenuhi permintaan tersebut. Adapun usaha yang sangat diminati dikalangan masyarakat saat ini yaitu usaha resto Sego Sambel Cak Uut yang terletak di jalan Jl. Simpang Raya Langsep No.30, Pisang Candi, Sukun, Kota Malang. Restoran ini memiliki cita rasa yang berbeda dengan Sego Sambel kebanyakan. Dengan memadukan masakan rumahan dan sambal khas Banyuwangi. Selain itu, restoran ini juga memiliki daya tarik tersendiri dikalangan masyarakat yaitu *interior* dengan bernuansa ornamen ornamen khas Banyuwangi.

Pengunjung memasuki kedai Sego Sambel Cak Uut, mata pengunjung sudah pasti akan dimanjakan dengan antrean yang sangat ramai. Rumah makan yang beroperasi setiap hari mulai pukul 10.00 sampai 19.30 ini memang sangat terkenal di Kota Malang, oleh karenanya tak heran jika antrean di rumah makan satu ini begitu panjang. Pengunjung bisa mengambil nomor antrean, memilih meja dan tempat duduk, kemudian segera memesan menu yang diinginkan. Jika sudah, pengunjung bisa menunggu terlebih dahulu sembari menikmati suasana kedai yang bernuansa khas pedesaan. Terdapat *spot indoor* hingga *outdoor* pada kedai ini. Untuk *spot indoor*-nya, berbagai ornamen dan lukisan bernuansa Jawa pun banyak menghiasi setiap sudutnya. Sedangkan untuk *spot outdoor*, terdiri dari beberapa kursi dan meja serta gazebo dengan nuansa pedesaan. Penempatan beberapa tanaman hias di sekitar

meja dan kursi di *spot outdoor* pun turut menghidupkan suasana di rumah makan ini.

Bagian belakang kedai pun terdapat *spot* pohon bambu yang bisa digunakan juga oleh pengunjung. *Spot* ini adalah salah satu *spot* favorit di kedai Sego Sambel Cak Uut, karena suasana di *spot* ini sangat sejuk dan teduh. Untuk menyunya, kedai ini menawarkan beragam menu sambal dengan lauk yang beraneka raga. Restoran ini sangat sederhana dengan hanya menonjolkan konsep tradisional, tempat makannya terbuat dari kayu dengan atap genteng tradisional, begitu pula dengan meja dan kursinya. Di sisi lain, terdapat deretan gazebo bagi pengunjung yang ingin duduk lesehan.

Sego Sambel Cak Uut ini terdapat dua jenis menu yang ditawarkan, yaitu menu satuan atau paket keluarga. Jika ingin makan beramai-ramai, sebaiknya memesan paket keluarga dengan porsi besar. Namun jika datang sendiri, lebih baik untuk memesan menu paket nasi satuan karena lebih hemat. Menu-menu yang paling diminati di Sego Sambel Cak Uut diantaranya adalah Sego Sambel Pete Krengsengan, Sego Sambel Ayam Kampung, Sego Sambel Cumi Hitam dan Sego Sambel Paru Balado . Untuk minumannya, disediakan beragam menu minuman sederhana seperti es jeruk, es teh, es dawet hingga kopi.

Meskipun Sego Sambel Cak Uut merupakan destinasi kuliner yang digemari masyarakat, namun rumah makan ini juga mendapatkan beberapa komplain dari pelanggan. Hal itu dapat ditemukan dari beberapa sumber dari *Google* ulasan dan *Go-food* ulasan.

Review dari beberapa sosial media *Google* ulasan dan *Go-food* ulasan

No	Nama Pelanggan	Bintang	Review
1.	Yunita	2	Dagingnya alot, sambalnya asin
2.	Tutut rahmawati	3	Lele goreng kurang fresh, agak kecewa
3.	Fadhila Dzikri	2	Nasi udah dingin
4.	Atick	1	Pesan bubur ketan hitam dikasih kacang hijau
5.	Nola okila	3	Min, kalau ngasih ke gojek tolong dicek lagi, soalnya pesanan yang sudah dibayar tapi ga masuk... kan sedih
6.	Indra	1	Pesanan tidak sesuai saking ramenya mungkin sampe ga konsen
7.	Ananda lesmana	1	Sedih kesini ga jadi makan karena antrinya panjang banget, sampai pada duduk diluar.
8.	Rudi Iswanto	1	Mahal, Cuma menang pedas aja, ga worth it buat makan keluarga bawa anak-anak. Layanan lumayan bagus, pesan ikan cakalang ternyata cuman suiran.
9.	Deva Erlangga	1	Rasanya biasa aja, tidak <i>worth it</i> dengan antrian. Dadar jagungnya lembek
10.	Juan Surapraja	1	Jauh jauh dari semarang untuk sampai kesini makanan enggak enak terkesan biasa aja.

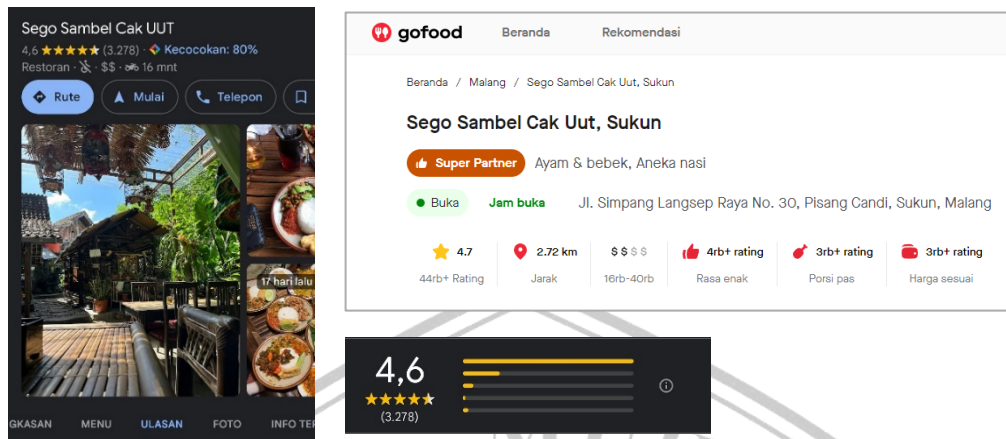
Sumber: *Go-Food* Ulasan dan *Google* Ulasan

Ulasan Sego Sambel Cak Uut memuat beberapa keluhan pelanggan terhadap rumah makan Sego Sambel Cak Uut. Pada kurun waktu beberapa tahun ini yaitu tahun 2019-2022 yang dikeluhkan meliputi pelayanan yang lama, layanan yang buruk, karyawan yang tidak ramah, tidak lengkapnya pesanan, antrian yang lama dan lahan parkir yang sempit. Selain dari segi layanan juga terdapat dari segi makanan mengenai nasi yang masih mentah, nasi yang terlalu lembut, ayam yang keras dan alot, rasa yang terlalu asin, porsi yang tidak konsisten, rasa yang berubah dan sambal yang tidak bisa *request* alhasil terlalu pedas. Tidak hanya itu saja suasana resto juga mendapatkan komplain dari beberapa pelanggan mulai dari banyaknya kucing yang mengganggu kenyamanan, piring dan gelas yang tidak segera dibersihkan dan juga terdapat bau tidak sedap.

Keluhan pelanggan pada sosial media *Google* ulasan dan *Go-food* ulasan Sego Sambel Cak Uut membuat peneliti mencari tahu lebih lanjut mengenai kondisi nyata terkait keluhan pelanggan rumah makan Sego Sambel Cak Uut. Dari hasil kuesioner 10 responden terdapat tanggapan positif maupun negatif mengenai rumah makan ini. Keluhan muncul mengenai layanan yaitu kesalahan pemberian menu juga ketidaklengkapan menu baik ketika makan di tempat atau pesan melalui ojek *online*, antriannya terkadang cenderung lama hingga membuat menunggu selama 30 menit untuk *waiting list*. Untuk kualitas makanan terdapat banyak keluhan seperti nasi yang terlalu keras atau lembut, dadar jagung yang lembek sehingga mempengaruhi rasa, ukuran ayam dan cumi yang mengecil, adanya rambut pada makanan dan minuman, gelas untuk minum terdapat bekas sabun, sambal yang terlalu pedas dan tidak bisa *request* hingga membuat batuk.

Mengenai suasana toko atau *store atmosphere* sering terlihat ada kotoran kucing dilantai dan bau tidak sedap dari air comberan. Saat melakukan kunjungan peneliti tidak hanya menemukan komentar negatif namun juga komentar positif yaitu seperti harga yang terjangkau, pelayanan bagus yang membuat pelanggan betah untuk bercakap dengan karyawan, sambalnya yang banyak variasi dan rasa pedasnya yang membuat ketagihan dan suasana adem seperti pedesaan.

Penelitian ini juga bersumber dari data *Google* rating dan *Go-food* rating mengenai rating Sego Sambel Cak Uut. Berikut merupakan rating ulasan Sego Sambel Cak Uut pada gambar 1.2



Sumber: *Google* rating dan *Go-food* rating 2023

Berdasarkan data *Google* rating dan *Go-food* rating mengenai Sego Sambel Cak Uut bahwa rating yang diperoleh yaitu 4,6/5 dan 4,7/5. Walaupun rating yang didapat dapat dikatakan tinggi namun Sego Sambel Cak Uut Malang masih mendapat komentar-komentar negatif. Oleh karena itu, perlunya dilakukan penelitian agar peneliti dapat memberikan masukan dan saran kepada pihak pengelola Sego Sambel Cak Uut bisa memperbaiki kualitas produk, kualitas layanan dan *store atmosphere* sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta membuat rating resto pada *Google* ulasan dan *Go-food* dapat lebih baik lagi.

Berdasarkan latar belakang fenomena dan *research gap* di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengangkat judul, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan yang dimoderasi oleh *Store Atmosphere* (Studi Pada Pelanggan Sego Sambel Cak Uut Malang)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, diperoleh rumusan masalah dalam penelitian pada pelanggan Sego Sambel Cak Uut Malang yaitu:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kualitas layanan, kualitas produk, *store atmosphere*, dan kepuasan pelanggan pada Sego Sambel Cak Uut Malang ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sego Sambel Cak Uut Malang ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sego Sambel Cak Uut Malang ?
4. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sego Sambel Cak Uut Malang ?
5. Apakah *store atmosphere* dapat memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Sego Sambel Cak Uut Malang ?
6. Apakah *store atmosphere* dapat memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Sego Sambel Cak Uut Malang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan tentang kualitas layanan, kualitas produk, *store atmosphere*, dan kepuasan pelanggan pada Sego Sambel Cak Uut Malang.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan Sego Sambel Cak Uut.

3. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pelanggan Sego Sambel Cak Uut.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pelanggan Sego Sambel Cak Uut.
5. Menguji pengaruh moderasi *store atmosphere* antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sego Sambel Cak Uut.
6. Menguji pengaruh moderasi *store atmosphere* antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sego Sambel Cak Uut.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat secara :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam proses memperkaya wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, konsep-konsep, maupun teori terkait dengan variabel penelitian dan berguna bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis dapat bermanfaat dalam memberikan sumbangan pemikiran dalam pemecahan masalah yang berhubungan dengan variabel penelitian tentang kualitas layanan, kualitas produk, *store atmosphere*, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga dapat berguna sebagai bahan masukan kepada pihak pengelola Sego Sambel Cak Uut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta solusi untuk memecahkan masalah.