

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Bisnis kedai kopi mulai marak di Indonesia sejak masuknya kedai kopi asal Los Angeles California, Amerika Serikat yaitu The Coffee Bean & Tea Leaf. Sejak awal berdirinya, The Coffee Bean & Tea Leaf berusaha untuk memenuhi kegemaran dan kebutuhan sebagian orang dalam menikmati kopi. Semua gerai The Coffee Bean & Tea Leaf terletak di area yang mudah dijangkau dan terlihat jelas. Lokasi-lokasi gerai selalu berada di dekat pintu masuk gedung dan terlihat dari jalanan, atau langsung terlihat saat memasuki pusat perbelanjaan. Pemilihan lokasi memang sangat menjadi pertimbangan. Mengamati kebiasaan pelanggannya, The Coffee Bean & Tea Leaf selalu dilokasikan di tempat-tempat dengan mobilitas tinggi, tempat yang menjadi pusat kegiatan bagi pasar mereka.

Kemunculan The Coffee Bean & Tea Leaf mampu membawa fenomena baru, kini kita melihat *franchisor* lain seperti J.CO Donuts and Coffee, Starbucks, The Espresso dan lainnya turut meramaikan pasar kedai kopi di Indonesia. Pada era globalisasi yang terjadi beberapa tahun belakangan ini membuat kompetisi di dunia usaha semakin ketat. Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan.

Menurut Kotler & Keller. dalam Tjiptono (2014, hlm.312) ‘Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja. Ada beberapa dimensi kualitas layanan menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry yakni

Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati, Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan, Jaminan (*Assurance*), perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya, Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, dan Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan.

Kedai The Coffee Bean & Tea Leaf pertama dibuka di Los Angeles California, pada tahun 1963. Pada saat ini, The Coffee Bean & Tea Leaf merupakan perusahaan kedai kopi terbesar didunia dengan lebih dari 315.000 kedai yang tersebar di berbagai negara. Sejak merambah pasar Indonesia di Tahun 2001, The Coffee Bean & Tea Leaf dikelola langsung oleh Trans Corp melalui PT. Trans Coffee, kini jumlah gerai The Coffee Bean & Tea Leaf terus meningkat. Saat ini The Coffee Bean & Tea Leaf telah memiliki 56 gerai di seluruh Indonesia (sumber: wordpress.com, november 2014). Semua toko The Coffee Bean & Tea Leaf di Indonesia mengikuti standar global yang berlaku. Desain toko, perabotan interior, dan musik yang diputar merupakan hasil impor. Bahkan bahan-bahan kimia yang digunakan untuk membersihkan toko seperti obat pel, sabun cuci, dan pembersih kaca juga impor.

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yaitu Lauw & Kunto (2013) menemukan bahwa dimensi kualitas layanan *tangible*, *reliability* dan *emphaty* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dimensi *responsiveness* dan *assurance* tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Widjoyo, Rumambi & Kunto (2013) dari hasil penelitiannya menyebutkan bahwa secara parsial dari lima dimensi kualitas pelayanan hanya dimensi *responsiveness*, *tangibles*, *emphaty* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimensi lainnya *reliability*, *assurance* disebutkan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Lebih lanjut Koentjoro & Subagio (2013) meneliti mengenai “Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di Coffee Bean Galaxy Mall Surabaya”. Yang menjadi subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli produk di Coffee Bean Galaxy Mall Surabaya sebanyak 100 responden dan metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi regresi linier berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa keseluruhan variabel *service quality* yaitu *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan *customer satisfaction*.

Menurut Sub Shin, Sam Hwang, Won Lee, dan Rae Cho (2015) dalam penelitiannya mendapatkan hasil bahwa faktor kualitas pelayanan yaitu *assurance*, berpengaruh positif terhadap keseluruhan kepuasan pelanggan. Penelitian yang

dilakukan oleh Ali Shaikh dan Rehman Khan (2011) bahwa *tangibles* dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan survey awal yaitu dengan melakukan wawancara terhadap manajer The Coffee Bean & Tea Leaf yang bertempat di Pancoran Jakarta Selatan didapatkan data pengunjung sebagai berikut.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung The Coffee Bean & Tea Leaf cabang Pancoran

| Tahun | Pengunjung Wanita | Pengunjung Pria | Jumlah |
|-------|-------------------|-----------------|---------|
| 2015 | 21600 | 50400 | 72000 |
| 2014 | 18000 | 42000 | 60000 |
| 2013 | 18600 | 43400 | 62000 |
| | Total | | 194.000 |

Sumber: The Coffee Bean & Tea Leaf cabang Pancoran, 2013-2015

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa The Coffee Bean & Tea Leaf cabang Pancoran mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung terlihat pada tahun 2014. Menurut wawancara yang dilakukan dengan Manajer The Coffee Bean & Tea Leaf, penurunan jumlah pengunjung terjadi karena pada tahun tersebut jumlah karyawan pada The Coffee Bean & Tea Leaf menurun. Dengan kondisi minimnya jumlah karyawan tersebut menyebabkan menurunnya kualitas dalam pelayanan kepada pelanggan seperti dalam hal kecepatan dalam melayani dan juga penyajian. Hal tersebut akan berdampak pada rasa ketidakpuasan pelanggan, sehingga pihak The Coffee Bean & Tea Leaf pun merasa kesulitan untuk mempertahankan pelanggannya. Beberapa variabel yang ditinjau lebih dalam pada penelitian ini merupakan variabel yang sesuai setelah melakukan wawancara dan melihat langsung kondisi pada The Coffee Bean & Tea Leaf. Secara umum berdasarkan pemaparan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan The Coffee Bean & Tea Leaf Cabang Pancoran”**.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan The Coffee Bean & Tea Leaf cabang Pancoran?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

- Mengetahui serta menentukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan The Coffee Bean & Tea Leaf.

I.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik untuk :

a. Aspek praktis

Sebagai wahana untuk melatih dan mengembangkan kemampuan penulis dalam bidang penelitian, serta menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

b. Aspek teoritis

Sebagai bahan masukan dalam mempertimbangkan pengambilan kebijakan perusahaan untuk memanfaatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan penjualan.

