

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan retail yang semakin pesat membuat pemilik retail harus mampu mengatasi persaingan. Semakin terasa dengan banyaknya perubahan yang terjadi, ditunjukkan dengan semakin beragam permintaan konsumen. Permintaan setiap konsumen pasti memiliki perbedaan antara satu dengan lainnya. Untuk memenuhi kepuasan konsumen dan pelanggan maka pengecer harus teliti melihat apa yang diinginkan konsumen dan pelanggannya. Melihat kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, maka setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan perusahaan dari adanya perluasan pasar secara langsung untuk meningkatkan penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki banyak konsumen. Perusahaan yang mampu bersaing di pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan salah satunya dalam hal kualitas pelayanan.

Perusahaan yang berkembang dan mendapat keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing lebih cepat, dan layanan yang baik kepada para konsumen. Bermunculnya kedai kopi saat ini tidak jauh dari gaya hidup yang memberikan banyak kesenangan terutama bagi para remaja dan menjadikan kedai kopi sebagai tempat berkumpul atau nongkrong favorit. Kedai kopi yang mulai bertumbuh di daerah Setu menyebabkan bertambahnya jumlah kedai yang serupa, sehingga akan bersaing secara ketat dan kompetitif agar mampu bersaing. Para pemilik kedai berlomba – lomba untuk menciptakan suatu kegiatan promosi yang menarik, lokasi yang nyaman, tempat yang strategis yang menimbulkan suasana yang positif. Mempertahankan kepuasan pembelian konsumen merupakan tantangan bagi perusahaan yang harus diupayakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Menurut M. Nur Nasution dalam Zulfy (2015:21) “Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi”. Penjelasan

tersebut mendefinisikan apa yang dilakukan konsumen ketika kebutuhannya atau keinginannya dapat terwujud dengan adanya kesadaran melalui beberapa tahap sehingga pada akhirnya sampai pada tahap pembelian.

Kedai Enigma coffee merupakan salah satu perusahaan retail yang berada di Kabupaten Bekasi kecamatan Setu yang menyediakan berbagai jenis minuman coffee, dan non coffee. Dengan semakin banyaknya *competitor* yang sama, maka setiap perusahaan harus mempersiapkan strategi untuk bersaing dan bertahan. Berikut data penjualan selama 1 tahun terakhir :

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Kedai Enigma coffe Setu tahun 2021.**

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Target</b>	<b>Selisih % (+/-)</b>
Januari	3.332.000	15.000.000	-77,8%
Februari	7.449.000	15.000.000	-50,3%
Maret	18.292.000	15.000.000	21,9%
April	14.829.000	15.000.000	-1,1%
Mei	11.360.000	15.000.000	-24,3%
Juni	15.448.000	15.000.000	2,9%
Juli	16.320.000	15.000.000	8,8%
Agustus	9.282.000	15.000.000	-38,1%
September	17.775.000	15.000.000	18,5%
Oktober	16.831.000	15.000.000	12,2%
November	10.650.000	15.000.000	-29%
Desember	9.350.000	15.000.000	-37,6%

Sumber: Kedai Enigma Coffe Setu, 2021.

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa ada penurunan penjualan pendapatan disetiap bulannya secara signifikan. Pada bulan Januari jumlah pendapatan sebesar 3.332.000 sedangkan target pendapatan atas penjualan yang telah ditetapkan perusahaan adalah 15.000.000, ini berarti pada bulan tersebut hanya mampu mencapai -77,8%. Pada bulan Februari jumlah pendapatan sebesar 7.449.000 sedangkan target pendapatan penjualan 15.000.000, maka pada bulan tersebut hanya mampu mencapai -50,3%. Kenaikan pendapatan pada bulan Maret sebesar 21,9%, pada bulan April

mengalami penurunan hanya 1% dari target penjualan sebesar 15.000.000. Pada bulan Mei penurunan pendapatan kembali dengan jumlah 11.360.000 atau -24,3% dari target penjualan sebesar 15.000.000. Pada bulan Juni dan Juli Kedai Enigma menerima kenaikan pendapatan sebesar 11,7% diatas target penjualan. Tetapi pada bulan Agustus Kedai mengalami penurunan pendapatan yang sangat rendah sebesar -38,1% dari target pendapatan yang sudah ditentukan. Kenaikan pendapatan penjualan kembali meningkat sebesar 30,7% pada bulan September dan Oktober dengan target penjualan tiap bulannya sebesar 15.000.000. Disebabkan beberapa faktor Kedai enigma pada bulan November dan Desember mengalami penurun kembali dengan tingkat persentase yang cukup tinggi yaitu sebesar 66,6%.

Target penjualan menurun disebabkan karena kualitas pelayanan di kedai Enigma kurang baik dan *store layout* yang diberikan kurang menarik konsumen. Selain itu, hal lain yang menyebabkan penurunan pendapatan yaitu adanya serangan virus Covid-19 di seluruh dunia termasuk dinegara Indonesia menyebabkan melemahnya *sector* perekonomian Indonesia dengan berlakukanya masyarakatan dibatasi untuk berinteraksi dan berkerumunan. Sehingga, beberapa kegiatan yang dulu berjalan di hentikan. Hanya kegiatan yang dijalankan online bisa dilakukan. Dengan melakukan observasi penelitian, peneliti melihat permasalahan di Kedai Enigma dengan adanya penurunan jumlah pelanggan dengan melihat dari hasil penjualan di tahun 2021 pada beberapa bulan tersebut ada yang tidak dapat memenuhi target penjualan kedai, sehingga pendapatan mengalami fluktuasi.

Kepuasan merupakan hal yang penting bagi perusahaan, salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelyanan dari perusahaan itu sendiri. Perusahaan terus memberikan kegiatan pelayanan yang baik, tindakan pelayanan telah dilakukan oleh kedai Enigma coffe antara lain menyediakan layanan yang lebih ramah kepada pelanggan dan pelayan sigap dalam membantu pelanggan. Pentingnya meningkatkan peran kualitas pelayanan bagi kehidupan berupaya untuk meningkatkan potensi yang dimiliki, sehingga dapat bersaing atau setidaknya mampu mengimbangi persaingan didunia usaha. Menurut Kotler dan Keller (2016:154) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang

bergantung pada kemampuannya untuk memutuskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Selain itu, pelayanan dikatakan berkualitas jika cocok atau sesuai kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas setelah menerima pelayanan. Jasa merupakan aktivitas yang memiliki aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak pemberi jasa, meskipun pihak – pihak yang terlibat tidak selalu menyadari.

Kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak melakukan pembelian secara berulang yang mengakibatkan terjadinya peningkatan penjualan. Pelayanan adalah pemberian jasa kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Kotler dan Keller (2016 : 445) layanan adalah suatu aktivitas atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Peneliti melakukan observasi yang menjadi bukti ketertarikan pelanggan di kedai Enigma coffee kepada 10 pelanggan yang terpilih menyatakan pelayanan di kedai Enigma coffee dan keluhan dari seluruh pelanggan yang di survei. Dari hasil wawancara yang disimpulkan peneliti terdapat beberapa pernyataan tentang kualitas pelayanan yang disediakan Kedai Enigma Coffee Setu sebagai berikut :

**Tabel 1. 2**  
**Data Keluhan mengenai Kualitas Pelayanan Kedai Enigma Coffee Setu**  
**tahun 2022.**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>jumlah</b>
<b>1</b>	Pelayanan Lambat	<b>5</b>
<b>2</b>	Karyawan kurang berkomunikasi dengan baik	<b>4</b>
<b>3</b>	Kedai buka pada waktu yang telah ditentukan	<b>1</b>
	<b>Total</b>	<b>10</b>

Sumber : Data keluhan di Kedai Enigma Coffee Setu, 2022.

Berdasarkan table 1.2 di atas menunjukkan bahwa terdapat 5 orang responden dalam pernyataan pelayanan kedai lambat karena melebihi waktu yang disediakan minimal 5 menit menunggu untuk mendapatkan produk, lalu tidak adanya waiter di

kedai Enigma. Kedai memberlakukan seluruh karyawannya agar dapat melakukan pekerjaan sebagai *cassier*, *waiter* dan koki hingga manajer kedai pun ikut terjun langsung dalam melakukan pekerjaan tersebut, terdapat 4 orang responden pernyataan karyawan kurangnya berkomunikasi dengan baik kepada konsumen, dan 1 orang responden atau pernyataan kedai buka pada waktu yang telah ditentukan.

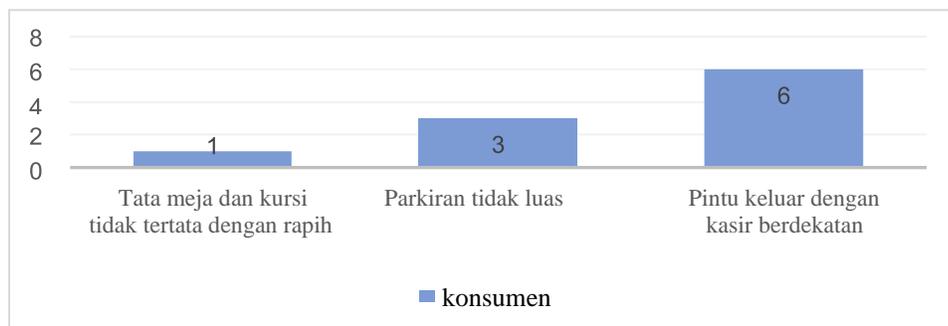
Hal ini juga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas layanan yang telah digunakan. Jelas ini sangat tidak baik dan merugikan untuk keberlangsungan kedai Enigma Coffee kedepannya yang mengutamakan konsumen sebagai tujuan utamanya. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri seperti manajer harus mampu menentukan atau bisa membuat SOP terhadap pembuatan produk upaya meminimalisir keterlambatan, membuat stuktur organisasi kedai beserta tugasnya. Baik buruknya perusahaan dapat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten dan pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan. Studi yang dilakukan oleh Istianto dalam Kiky (2018:248) menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain kurangnya kualitas pelayanan yang dilakukan, ada faktor lain juga yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kedai Enigma Coffee Setu yaitu faktor *store layout*. *Store layout* merupakan faktor yang paling menentukan keberhasilan suatu bisnis. Apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi/tempat yang akan berpengaruh besar terhadap keberlangsungan hidup pemilik usaha tersebut.

*Store Layout* merupakan suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi secara jangka panjang. Menurut Assauri (2016:162), tata letak adalah suatu keputusan kunci yang menentukan dapat berjalannya efisiensi jangka panjang dari fungsi operasi produksi. Kedai Enigma Coffee sudah menjadi tempat yang bisa digunakan untuk *hangout* bersama teman-teman hanya untuk menghabiskan waktu.

Ataupun bisa digunakan sebagai tempat untuk *meeting* bersama rekan bisnis. Apalagi zaman sekarang masyarakat datang ke kedai tidak hanya untuk makan atau minum saja, tetapi ingin mencari tempat yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta yang bisa digunakan untuk bersantai dan menghilangkan kepenatan dari tugas kuliah, dan tugas kerja dengan nyaman dan aman dapat mempengaruhi kepuasan pembelian di Kedai Enigma Coffee. Menurut Sumarwan dalam Stefi (2012:4) menyatakan *store layout* yang baik akan membantu retailer agar bisa menampilkan produk dengan baik, memudahkan konsumen berbelanja dan meningkatkan efisiensi kerja petugas, meningkatkan keuntungan bagi pemilik toko dan mempengaruhi perilaku belanja konsumen.

Peneliti melakukan observasi yang menjadi bukti ketertarikan konsumen di kedai Enigma coffee kepada 10 pelanggan yang terpilih menyatakan *store layout* di kedai Enigma coffee dan keluhan, maka jika konsumen yang kurang tertarik dengan *store layout* yang tersedia atau terletak di kedai Enigma Coffee Setu. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada konsumen minimal sudah melakukan transaksi lebih dari dua kali menyatakan kurang puas dengan *store layout* kedai Enigma Coffee, dalam rincian keluhan pelanggan sebagai berikut:

**Tabel 1. 3**  
**Data Keluhan mengenai Store Layout di kedai Enigma Coffee Setu.**



Sumber : Data keluhan di kedai Enigma coffee, 2022.

Berdasarkan tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa terdapat 1 orang responden atau 10% pernyataan tata meja dan kursi tidak tertata dengan rapih , terdapat 3 atau 30% responden pernyataan parkiran tidak luas dengan keterbatasan dari luas bangunan, dan 6 atau 60% reponden menyatakan bahwa pintu keluar dengan kasir berdekatan

dikarenakan penentuan bentuk bangunan yang tidak tepat dengan skat atau batas ruang ke ruang yang tidak efisien. Oleh karena itu, pemilik dapat merenovasi bentuk bangunan seperti mengoptimalkan kassier tidak berdekatan dengan pintu keluar dengan merubah posisi yang sebelumnya saling berhadapan, bisa menyebabkan konsumen yang baru datang dan konsumen yang sudah selesai berkunjung tidak saling bertabrakan, dengan kassir yang menjorok kedalam bangunan dan pintu keluar dengan parkiran yang bisa searah dapat meminimalisir luas bangunan yang tersedia. *Store layout* merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizkiah (2022:82) mengatakan bahwa *store layout* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Store Layout merupakan rencana untuk menentukann lokasi tertentu dan pengaturan dari jalan/arus lalu lintas di dalam toko yang cukuo lebar yang memudahkan para konsumen untuk berlalu – lalang di dalammnya Kotler dalam Suwena (2014:3). Jika suasana kedai yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen, maka Kepuasan konusmen akan tercipta, tetapi jika suasana restoran yang tersedia tidak membuat konsumen nyaman atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka kepuasan konsumen tidak akan tercipta.

Berdasarkan uraian di atas demi menciptakan kepuasan konsumen kedai khususnya Enigma Coffee Setu kabupaten Bekasi senantiasa melakukan pelayanan berkualitas dan dengan *store layout* yang membuat nyaman para konsumen yang datang untuk membeli dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi dan *store layout* sebagai salah satu faktor penentu untuk kenyamanan konsumen dengan melakukan penggunaan layout dengan baik dan benar supaya tujuan konsumen tercapai.

Berdasarkan permasalahan dan penjelasan yang diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada konsumen di kedai Enigma Coffee Setu dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Layout* Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Enigma Coffee Setu Kabupaten Bekasi”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini dapat dirumuskan kedalam tiga permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kedai Enigma Coffee Setu?
2. Bagaimana pengaruh *store layout* terhadap kepuasan konsumen kedai Enigma Coffee Setu ?
3. Bagaimana kualitas pelayanan dan *store layout* secara bersama – sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kedai Enigma Coffee Setu?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### A. Tujuan Penelitian

Agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen kedai Enigma Coffee Setu.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Store layout* terhadap kepuasan konsumen kedai Enigma Coffee Setu.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan *store layout* secara bersama – sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kedai Enigma Coffee Setu.

### B. Manfaat dari Penelitian

1. Bagi Perusahaan  
Diharapkan bisa menjadi referensi para pemasar untuk merancang strategi dalam memasarkan produk agar terciptanya kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan yang baik dan *store layout* strategi.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Hasil dari penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan dan wawasan

tentang pengaruh kualitas pelayanan dan *store layout* terhadap kepuasan konsumen. Serta memperoleh informasi untuk memperluas pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.

### 3. Bagi Pihak Lain

Untuk menambah referensi para akademisi di bidang yang sama dalam memperhatikan kualitas pelayanan dan *store layout* sehingga terciptanya kepuasan bagi konsumen.

## 1.3 Ruang lingkup dan Pembatasan Masalah

Upaya perusahaan untuk menarik konsumen sekaligus memenuhi kebutuhan spesifik dan memuaskan antara lain dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan *store layout* yang strategis. Meningkatkan keterbatasan waktu, tenaga, dan *financial*, penelitian membatasi ruang lingkup permasalahan penelitian meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Objek yang diteliti adalah Enigma Coffee Setu yang berada di kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi.
2. Populasinya adalah konsumen yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali di kedai Enigma Coffee Setu dengan Sempel penelitian konsumen kedai Enigma Coffee kurang lebih 100 responden.
3. Variabel yang difokuskan pada kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan *store layout* ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).
4. Deskripsi tentang kualitas pelayanan dan *store layout* terhadap kepuasan konsumen didasari pada tanggapan konsumen terhadap koesioner penelitian.

## 1.4 Sistematika Pelaporan

Untuk mengetahui gambaran dari skripsi ini maka disusun sistematika skripsi sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini telah di jelaskan tentang latar belakang, permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematikan penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memaparkan atau mendeskripsikan secara teoritis mengenai teori – teori

yang mendasari dan berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian dan menjadi pedoman dalam menganalisis masalah. Teori yang digunakan mengenai konsep kepuasan konsumen, pengertian, faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, indikator kepuasan konsumen, pengertian kualitas pelayanan, indikator pelayanan, , pengertian *store layout*, faktor - faktor yang mempengaruhi *store layout*, indikator penentu *store layout*, hubungan logis antar variabel dan kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan penelitian terdahulu.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini memaparkan tentang populasi, sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, model penelitian, jenis dan sumber data, definisi dan pengukuran variable, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

### **BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN**

Pada bagian ini menjelaskan data dari hasil penelitian yang terdiri dari : hasil penelitian, deskripsi data variable kualitas pelayanan, deskripsi data *store layout* dan deskripsi kepuasan konsumen serta deskripsi hasil analisis statistik serta pembahasan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian ini menjelaskan mengenai kesimpulan-kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta saran – saran yang diharapkan dapat diterima dan bermanfaat bagi perusahaan.