

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner di Indonesia secara kasat mata tumbuh menyebar dimana hal ini menunjukkan bahwa industri kuliner terlihat terus berkembang bahkan dikatakan sedang booming. Saat ini bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang paling banyak dijalankan, dapat dikatakan bahwa bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang tidak ada matinya. Ada banyak pilihan untuk memuaskan keinginan pemenuhan akan makanan dan minuman. Kuliner tersebut dapat dinikmati di rumah ataupun makan di tempat, berbagai restoran, kafe maupun kedai kopi yang hadir di tengah-tengah masyarakat.

Seiring dengan berkembangnya pola kehidupan masyarakat, masyarakat kota pada saat ini mengalami perubahan gaya hidup. Salah satu gaya hidup modern saat ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang tertarik menghabiskan waktu di kedai kopi atau kafe. Menurut Wiktionary (2010:22), “*Coffee Shop* bisa diartikan sebuah café kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi dan terkadang minuman non-alkohol, makanan sederhana atau snacks, dengan fasilitas yang menunjang di tempat tersebut”. Kafe berusaha untuk dapat mewujudkan keinginan atau harapan dari konsumen, hal tersebut dilakukan agar konsumen merasa puas. Konsumen yang secara langsung dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk atau jasa yang telah di berikan oleh perusahaaa.

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Kepuasan pelanggan merupakan investasi jangka panjang bagi perusahaan yang dikarenakan banyak manfaat dari terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan sehingga memberikan hasil yang baik untuk pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan

dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan juga memberikan keuntungan baik bagi perusahaan.

Menurut Irawan (Daryanto dan Setyobudi, 2014:52), “Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa”. *Value* ini berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang berperasaan. Pelanggan akan puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang/bahagia bila harapan mereka dilebihi. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar baik tentang perusahaan. Agar perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelanggan guna bersaing dengan para pesaing salah satunya wajib memiliki *excellent service* yang baik dimana hal ini dapat membentuk citra yang baik di mata konsumen.

Untuk menjaga kepuasan pelanggan, memerlukan standar pelayanan yang baik dan maksimal agar para pelanggan merasakan kepuasan bukan hanya dalam hal makanan atau minuman saja melainkan juga dari kesigapan dan keramah tamahan para karyawan dalam melayani pelanggan. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pendorong dalam proses pembelian.

Memory Coffee, merupakan salah satu kafe di Palembang yang menghadapi ketatnya persaingan bisnis kafe saat ini, maka dari itu *Memory Coffee* selalu berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik agar para pelanggan mendapatkan kepuasan maksimal. Mengingat arti pentingnya kualitas pelayanan tersebut, *Memory Coffee* memberikan fasilitas pelayanan kepada pelanggannya diantaranya yaitu tempat dan dekorasi ruangan yang bersih dan nyaman, tersedianya Wi-Fi dan stop kontak untuk pelanggan, tersedianya buku-buku bacaan seperti novel dan buku pengetahuan lainnya yang dapat dipinjam, terdapat *out door* dan *indoor area*, serta disediakannya musholla.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari *Memory Coffee* Palembang, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung *Memory Coffee* selama

tiga tahun terakhir terhitung pada tahun 2020-2022, pada tahun 2020 jumlah pengunjung sebanyak 3.287 pelanggan, dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 4.573 pelanggan dan di tahun 2022 bertambah menjadi 7.244 pelanggan. Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang mengunjungi *Memory Coffee* Palembang mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Menurut Rahmayanty (2013:18), mendefinisikan bahwa “Pelayanan prima adalah pelayanan dengan kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat”. Kualitas pelayanan prima yang baik akan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Harapan pelanggan akan segera terpenuhi dengan kualitas pelayanan yang diwujudkan dengan melalui pemenuhan kebutuhan, kualitas pelayanan akan memberikan pengaruh terhadap kekuatan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Kualitas pelayanan prima pada *Memory Coffee* Palembang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pendapatan *Memory Coffee* itu sendiri.

Adapun data yang penulis dapatkan mengenai pendapatan *Memory Coffee* Palembang tiga tahun terakhir yaitu 2020 sampai 2022, diketahui omset pada tahun 2020 sejumlah Rp 151.075.000, pada tahun 2021 meningkat menjadi Rp 196.397.500, dan pada tahun 2022 meningkat lagi sejumlah Rp 255.316.750. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa omset penjualan dari tahun 2020 hingga 2022 mengalami peningkatan yang stabil yaitu sebesar 30 persen di tiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pada kesempatan kali ini penulis tertarik untuk menulis laporan akhir mengenai kualitas pelayanan prima pada *Memory Coffee* Palembang terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggannya. Oleh karena itu, maka penulis mengangkat judul “**Analisis Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Memory Coffee* Palembang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada *Memory Coffee* ?
2. Indikator kualitas pelayanan prima manakah yang paling dominan pada *Memory Coffee* Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penelitian ini akan berfokus kepada bagaimana kualitas pelayanan prima terhadap pelanggan pada *Memory Coffee* Palembang. Penelitian ini melibatkan pelanggan *Memory Coffee* Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan prima terhadap pelanggan pada *Memory Coffee* Palembang.
- b. Untuk mengetahui indikator kualitas pelayanan prima mana lebih dominan pada *Memory Coffee* Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya adalah:

- a. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan pada oleh suatu perusahaan, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

b. Aspek Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat menerapkan teori yang telah diperoleh mengenai kepuasan pelanggan.

2. Bagi *Memory Coffee* Palembang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi kepada perusahaan yang dalam hal ini yaitu *Memory Coffee* Palembang khususnya dalam hal yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi selanjutnya dan memberikan informasi serta pengetahuan kepada pihak akademi dan penulis mengenai kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada *Memory Coffee* Palembang.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah keseluruhan cara atau kegiatan dalam suatu penelitian yang dimulai dari perumusan masalah sampai membuat suatu kesimpulan. Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah informasi atau data yang disajikan berupa pertanyaan. Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berfokus pada kualitas pelayanan terhadap pelanggan di *Memory Coffee* Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif didefinisikan data non-numerik atau juga bisa disebut sebagai data yang mendekati dan mencirikan sesuatu. Data ini dapat diamati dan dicatat. Tipe data ini bersifat non-numerik. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode wawancara yang dilakukan penulis dengan salah satu staff *Memory Coffee* Palembang.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang berupa bilangan atau angka yang dapat berubah-ubah nilainya dan variatif. Dalam objek penelitian ini data kuantitatif diperoleh dari pengolahan hasil yang berupa kuesioner dan digunakan untuk menganalisis. Dalam penelitian ini kuesioner akan disebarkan kepada pelanggan yang berkunjung ke *Memory Coffee* Palembang

b. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Husein Umar (2014:42), “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”. Penulis mendapatkan data primer melalui wawancara dengan salah satu staff *Memory Coffee* Palembang dan penyebaran kuesioner kepada pelanggan pada *Memory Coffee* Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2016: 225), data pembantu merupakan sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data melalui

orang atau dokumen lain. Sumber data tambahan adalah sumber data pelengkap, yang digunakan untuk melengkapi data yang diperlukan untuk data utama. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku-buku, jurnal dan juga data yang langsung didapatkan dari *Memory Coffee* Palembang.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

a. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2018:219), “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Penulis memberikan kuisisioner kepada pelanggan *Memory Coffee* Palembang, hasil kuisisioner inilah yang akan dijadikan bahan sebagai pembahasan dari permasalahan.

b. Wawancara

Menurut Yusuf (2014:372), “Wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung”. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan salah satu staff khususnya bagian *Super Visor Memory Coffee* Palembang untuk mendapatkan informasi mengenai jumlah pelanggan dan pendapatan pertahun pada *Memory Coffee* Palembang.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Menurut Sugiyono (2016:291), “Riset kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah”. Penulis mengumpulkan dan memperoleh data yang diperlukan dengan cara mencari keterangan dan informasi yang berupa literatur-literatur, dokumen dan bacaan buku lainnya yang

berhubungan dengan permasalahan yang ada sebagai bahan masukan dan untuk melengkapi penelitian ini.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Riduwan dan Akdon, 2015:237). Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah pengunjung *Memory Coffee* Palembang yang berjumlah 5.830 orang, data ini berdasarkan jumlah konsumen dari bulan Januari sampai April tahun 2023. Data ini didapat dari salah satu staff khususnya bagian *Super Visor Memory Coffee* Palembang.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (Riduwan dan Akdon, 2015:240), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan pada *Memory Coffee* Palembang. Sampel ditentukan atau dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan *bound error* 10%. Adapun rumus Slovin dapat dituliskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana:

N = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Presentasi Kelonggaran Ketidaktelitian 10%

Populasi (N) berjumlah 5.830 orang dengan taraf kesalahan sebesar 10%, maka besarnya pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{5.830}{1 + 5.830 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.830}{59,3}$$

$$n = 98,3$$

Berdasarkan perhitungan di atas dengan jumlah populasi 5.830 orang, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 100 orang (pembulatan dari 98,3).

c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengambilan sampel *non probability*, dengan metode *sampling aksidental*. Menurut Riduwan dan Akdon (2015:247), “*Sampling Aksidental* ialah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dan sesuai dengan karakteristik, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden)”. Penyebaran kuisisioner ini akan dilakukan secara langsung kepada pelanggan yang datang ke *Memory Coffee Palembang*.

1.5.5 Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan analisis pada suatu penelitian dengan memeriksa seluruh data dari instrumen penelitian, seperti catatan, dokumen, dan lain-lain. Analisa data ini berfungsi untuk menyimpulkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Adapun teknik analisa data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Metode Kualitatif

Data kualitatif adalah jenis data non-numerik atau tidak dapat diproses dalam bentuk angka. Data kualitatif didefinisikan atau juga bisa disebut sebagai data yang mendekati dan mencirikan sesuatu. Menurut Sugiyono (2017:347), “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dimana hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi”.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi, dari hasil analisis data tersebut kemudian dapat ditarik kesimpulan. Penulis mendapatkan data kualitatif ini melalui wawancara langsung dengan salah satu staff *Memory Coffee* Palembang untuk mendapatkan informasi mengenai data pengunjung pertahunnya serta data mengenai omset penjualan yang diperoleh *Memory Coffee* Palembang.

b. Metode Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2017:207), “Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian kuantitatif dapat dikatakan sebagai metode penelitian yang dilakukan secara acak untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Data kuantitatif didapatkan dari perhitungan jawaban yang diberikan responden dalam kuisisioner berdasarkan alternatif jawaban. Untuk mengetahui kualitas pelayanan prima terhadap pelanggan pada *Memory Coffee* Palembang, maka digunakan urutan pemberian skor dengan menggunakan Skala Likert sebagai berikut:

Tabel 1.1
Skala Pengukuran Likert

No.	Skala Likert	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:165)

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban pada kuisioner yang penulis buat, dan hasil jawaban akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada. pemberian skor dengan menggunakan Skala Likert dengan perhitungannya, penulis menggunakan rumus persentase dan kriteria interpretasi skor. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$IS = \frac{\sum Skor Penelitian}{\sum Skor Ideal} \times 100\%$$

IS : Interpretasi Skor

$\sum Skor Penelitian$: Jawaban Responden x Bobot Nilai (1-5)

$\sum Skor Ideal$: Skala Nilai Tertinggi x Jumlah Responden

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan jawaban dari responden akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan seperti tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Interprestasi Skor/Angka

No.	Skor/Angka	Interprestasi
1.	0%-20%	Sangat Rendah

Lanjutan Tabel 1.2

2.	21%-40%	Rendah
3.	41%-60%	Sedang
4.	61%-80%	Tinggi
5.	81%-100%	Sangat Tinggi

Sumber: Yusi dan Idris (2016:84)

1. Uji Validitas

Menurut Sujarweni (2021:192), “Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel”. Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).

Pada dasarnya, uji validitas mengukur pertanyaan/ Pernyataan sah atau yang tidaknya digunakan setiap dalam penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas yang digunakan adalah Korelasi *Pearson*. Signifikansi Korelasi *Pearson* yang dipakai dalam penelitian ini adalah 0.05 (5%). Apabila nilai r hitung $<$ r tabel maka butir pertanyaan tidak valid, sebaliknya jika r tabel $<$ r hitung maka butir pertanyaan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2021:192), “Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu

bentuk kuisisioner”. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Instrumen dikatakan reliabel jika dinilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.