

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Coffe Shop Gundah Coffee

Pada awalnya, minum kopi merupakan suatu kebiasaan yang telah menjadi bagian dari budaya masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu kala. Kopi di Indonesia bukan hanya sekadar minuman, melainkan telah menjadi konsumsi harian bagi berbagai kalangan, termasuk remaja, dewasa, dan orang tua. Di mata mereka, kopi menjadi sesuatu yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, sejajar dengan makanan pokok lainnya.

Fenomena kopi di Indonesia juga mengalami transformasi signifikan. Awalnya, kopi hanya dijual di pinggir jalan dengan penampilan yang sederhana. Namun, seiring berjalannya waktu, kopi telah menemukan tempatnya di pusat perbelanjaan dan hotel berbintang, bahkan memasuki ranah mewah, seperti coffee shop yang kini menjadi praktis dan populer. Coffee shop sendiri menjadi tempat yang menarik perhatian. Di sana, para pengunjung dapat menikmati berbagai varian kopi dan minuman non-kopi lainnya dalam suasana santai, didukung oleh tempat yang nyaman. Pelayanan yang ramah juga menjadi salah satu daya tarik, sementara tersedianya koneksi internet nirkabel memberikan pengalaman yang lebih lengkap bagi para konsumen yang datang.

Transformasi ini mencerminkan bagaimana minum kopi telah berkembang dari kebiasaan sederhana menjadi pengalaman sosial yang lebih kompleks, menciptakan ruang untuk relaksasi dan interaksi sosial dalam lingkungan yang menyenangkan dan modern. Oleh karena itu, suatu bisnis dan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman harus memiliki kualitas kebersihan yang baik agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Tidak hanya kualitas kebersihan saja yang harus diperhatikan untuk mempertahankan konsumen agar tetap puas, melainkan dengan kualitas pelayanan yang baik dan profesional sehingga dapat membuat konsumen nyaman dan muncul minat untuk membeli makanan. Peminum kopi memiliki pandangan dan penilaian dari rasa minum kopi yang enak, suasana yang nyaman, fasilitas lengkap dan pelayanan yang baik yang ditawarkan oleh setiap kedai kopo (Solikatun, 2019: 72). Menurut Abubakar (2019, hlm. 39) bahwa kualitas pelayanan

adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Kualitas pelayanan ini juga merupakan salah satu komponen pemasaran yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Hal tersebut karena wujud nyatanya hanyalah dapat dirasakan oleh pelanggan, dan pelanggan yang telah merasakan kualitas pelayanan terbaik dari suatu perusahaan akan memiliki harapan khusus yang belum tentu disediakan oleh merek lain. Salah satu usaha Coffee Shop yang ada di Bandung adalah Gundah Coffee. Gundah Coffee adalah usaha/perusahaan yang dijalankan oleh seorang mahasiswa alumni Telkom University yang bernama Muhammad Naufal Fauzi . Gundah Coffee ini berdiri pada tahun 2021 di Jalan Telekomunikasi , Kecamatan Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung. Gundah Coffee ini berasal dari seorang pemilik usaha yang sangat menyukai dan menggemari kopi. Setelah itu memiliki ide untuk membangun bisnis usaha coffee shop yang unik dan murah sehingga diminati oleh masyarakat sekitar terutama mahasiswa/i Telkom University. Disebut Gundah Coffee karena berasal dari kata gundah (sedih,bimbang,gelisah) diambil dari perasaan seseorang yaitu perasaan pemilik usaha saat itu, sehingga muncul ide untuk membuat usaha Coffee Shop yang bernama Gundah Coffee. Pemilik usaha Coffee Shop Gundah Coffee berharap usaha Coffe Shop miliknya semakin dikenal masyarat terutama mahasiswa/i Telkom University. Gundah Coffee buka setiap hari mulai hari Senin-Sabtu mulai pukul 15.00 sampai pukul 00.00 WIB. Ada berbagai varian kopi dan non-kopi yang disediakan pada menu Gundah Coffee. Segmen pasar Gundah Coffee mencakup semua lapisan masyarakat.

1.1.2. Logo Perusahaan

Gundah Coffee memiliki logo sebagai berikut :



Gambar 1.1 Logo Gundah Coffee
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Memiliki logo dengan bertulisan Gundah, yaitu sebuah cerita dari pemilik usaha coffee shop tersebut yang mengatakan bahwa, perasaannya saat itu mengalami kegundahan, maka dari itu pemilik usaha coffee shop tersebut memiliki ide untuk membuat usaha coffee shop bernama Gundah Coffee. Dengan bergambarkan logo bunga matahari yang melambangkan keberanian dan ketabahan dalam menghadapi rintangan dan menjalani hidup dengan penuh kepercayaan diri.

1.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

Coffee Shop Gundah Coffee memiliki visi dan misi sebagai berikut:

a. Visi Coffee Shop Gundah Coffee

- Menjadikan Gundah Coffee sebagai coffee brand life style terdepan, dengan beragam menu yang menghadirkan cita rasa dan kualitas kopi terbaik. Tujuannya adalah memenuhi selera para pengunjung dan pelanggan, dengan harapan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

b. Misi Coffee Shop Gundah Coffee

- Menjalin hubungan yang baik dengan pelayanan untuk memberikan pengalaman pelayanan terbaik kepada pelanggan.
- Menciptakan solusi yang inovatif dan fleksibel untuk menghadapi perubahan dalam industri kopi.
- Berkomitmen untuk bekerja keras dalam proses pembelian, penjualan, dan penggunaan produk yang ramah lingkungan.
- Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengembangan layanan dan produk yang berkualitas.
- Memelihara cita rasa kopi yang telah menjadi ciri khas dari Gundah Coffee
- Menggali dan meningkatkan kreativitas untuk menciptakan menu-menu kopi yang baru dan menarik bagi pelanggan.

1.1.4. Produk

Gundah Coffee Jalan Telekomunikasi Kota Bandung memiliki beberapa menu kopi dan non kopi yang dijual, dapat dilihat sebagai berikut:

Bassed Espresso		Tea	
Nona Manis	13k (H)	Earl Grey	9k (H/I)
Kopi Susu	15k (I)	Camomile	9k (H/I)
Latte	15k (H/I)	Strawberry	7k (H/I)
Hazelnut	17k (H/I)	Lychee	7k (H/I)
Vanila	17k (H/I)	Squash	
Caramel	17k (H/I)	Strawbery	9k (I)
Caramel Machiato	17k (I)	Lemon	9k (I)
		Melon	9k (I)
		Lecci	9k (I)
		Markisa	9k (I)
Manual Brew		Milks Based	
Tubruk	7k (H)	Taro Latte	13k (H/I)
Vietnam Drip	13k (H)	Coklat Latte	13k (H/I)
V60	15k (H)	Red Velvet Latte	13k (H/I)
Mama Lemon	15k (I)	Green Tea Latte	13k (H/I)
Japanesse	15k (I)	Tiramisu Latte	13k (H/I)

Gambar 1.2 Menu Coffee Shop Gundah Coffee

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Dapat dilihat dari Gambar 1.2, menu Coffee Shop Gundah Coffee menyediakan berbagai varian kopi dan non-kopi dengan harga yang relatif murah dari Rp 7.000 – Rp 17.000.

1.1.5. Perkembangan Usaha

Coffee Shop Gundah Coffee berdiri sejak tahun 2021, pada awal beroperasi Coffee Shop Gundah Coffee menggunakan strategi pemasaran *word of mouth* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara disalurkan dari mulut ke mulut. Pemilik usaha coffee shop tersebut yang sangat menggemari kopi sejak kuliah memiliki cita-cita untuk memiliki usaha coffee shop sendiri. Seiring berjalannya waktu pemilik usaha coffee shop tersebut akhirnya bisa mendirikan usaha coffee shop nya sendiri yang selama ini diimpikan. Sehingga didirikannya Gundah Coffee yang berlokasi disekitar Telkom University dimana pemilik usaha tersebut ditempat dahulu berkuliah.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kopi merupakan minuman yang memiliki popularitas global. Seiring dengan evolusi gaya hidup dan perubahan zaman, kebiasaan mengonsumsi kopi setiap hari mengalami transformasi. Jika pada masa lalu masyarakat terbatas mengonsumsi kopi hanya pada pagi dan malam hari, kini masyarakat memiliki kebebasan untuk menikmati kopi kapan saja, sehingga terjadi peningkatan signifikan dalam konsumsi kopi. Minuman ini menikmati popularitas

yang luas, diminati oleh berbagai kalangan mulai dari remaja hingga dewasa.

Tanaman kopi (*Coffea* spp.) menjadi salah satu komoditas ekspor unggulan yang terus dikembangkan di Indonesia karena memiliki nilai ekonomis yang relatif tinggi di pasar global. Kopi menunjukkan potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut, seiring dengan peningkatan permintaan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Pandangan ini diperkuat oleh pandangan Kasali, seorang pakar pemasaran, yang menyatakan, "Ngopi kini bukan hanya untuk menghilangkan kantuk, melainkan menjadi bagian dari gaya hidup, di mana coffee shop atau kedai kopi menjadi tempat nongkrong yang sangat diminati." Gaya hidup ini sesuai dengan karakteristik orang Indonesia yang senang berkumpul.

Di Indonesia, Coffee Shop, yang sering disebut sebagai warung kopi atau kedai kopi, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Coffee Shop hadir di berbagai lokasi, mulai dari pelosok desa hingga pusat perkotaan. Keberagaman Coffee Shop memberikan konsumen banyak pilihan dalam memilih tempat untuk menikmati kopi. Hal ini menciptakan ketertarikan tersendiri dari konsumen terhadap berbagai Coffee Shop yang ada di sekitar mereka. Dalam analisis perilaku konsumen, terdapat faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis (Widya, 2019).

Proses produksi dalam industri kopi semakin terbuka bagi konsumen, memberikan akses yang lebih jelas mengenai jenis biji kopi yang digunakan, dengan fokus pada kualitas biji kopi. Teknik pembuatan kopi juga semakin beragam, mencakup metode manual brew hingga exspresso-based, memungkinkan setiap gelombang penikmat kopi menemukan cita rasa yang sesuai dengan preferensi mereka. Hal itu disebabkan oleh konsumen saat ini yang lebih tertarik dengan keindahan interior kedai serta cara penyajian kopi yang unik demi memenuhi kebutuhan sosial media mereka (Wibowo, 2019). Tidak heran bila saat ini banyak dijumpai cafe atau kedai kopi di berbagai daerah dengan desain interior yang menarik. Menu kopi yang disajikan pun saat ini lebih bervariasi seperti espresso, ristretto, americano, cafe latte, cappuccino, flat white, machiato, mocha, affogato, dll. Konsumen kopi di era milenial tidak hanya anak muda laki-laki saja, tetapi kaum perempuan juga mendominasi (Selvi & Ningrum, 2020). Oleh sebab itu, budaya minum kopi pada saat ini sudah menjadi gaya hidup kaum muda terutama di wilayah perkotaan yang terdapat banyak kedai kopi modern. Provinsi

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang terkenal sebagai penghasil kopi kualitas terbaik di Indonesia. Terdapat banyak jenis kopi dari bumi Pasundan yang dinikmati bukan hanya oleh penikmat lokal, melainkan hingga mancanegara.

Kualitas kopi yang tinggi dan volume ekspor yang signifikan ke pasar internasional diperoleh berkat kondisi topografi dataran tinggi di Jawa Barat yang sangat mendukung untuk penanaman kopi. Enam daerah terkenal di Jawa Barat, yaitu Bogor, Garut, Ciwidey, Gunung Puntang, Pangalengan, dan Cibeer, dikenal sebagai produsen kopi dengan kualitas terbaik. Pentingnya sektor kopi ini juga mendapat dukungan penuh dari Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, Kasan. Menurutnya, Kementerian Perdagangan sepenuhnya mendukung pengembangan ekspor kopi ke pasar internasional, khususnya kopi yang berasal dari Jawa Barat. Pernyataan ini disampaikan saat pelepasan ekspor 16,65 ton kopi arabika Java Preanger Jabarano senilai Rp 1,34 miliar oleh CV. Frinsa Agrolestari ke Australia di Bandung, Jawa Barat. Kasan menegaskan bahwa momen pelepasan ekspor ini adalah upaya konkret dari pemerintah bersama pelaku bisnis untuk menjaga keseimbangan neraca perdagangan. Ia juga berharap agar pelaku bisnis terus berinovasi dan memanfaatkan peluang pasar di dalam dan luar negeri.

Gundah Coffee adalah salah satu brand kopi yang terbentuk oleh seorang alumni mahasiswa Telkom University yang bernama Muhammad Naufal Fauzi. Brand satu ini memegang konsep bisnis personal (perorangan). Gundah Coffee turut mendukung life style ngopi masyarakat tertutam mahasiswa/i Telkom University dengan menghadirkan kopi dan non kopi tanpa pengawet, varian rasa yang beragam, sehingga cocok dinikmati anak muda maupun orang tua. Gundah Coffe menggunakan kopi lokal yang di beli langsung dari petani terbaik Indonesia. Biji kopinya memiliki aroma khas tersendiri. Pada penelitian alasan mengapa memilih Gundah Coffee Shop sebagai objek penelitian dikarenakan penulis sering berkunjung ke Gundah Coffee Shop sehingga penulis memiliki keinginan untuk melakukan penelitian dan mengangkat Gundah Coffee Shop sebagai studi kasus penelitian, selain itu penulis sering melakukan pengamatan terhadap kualitas pelayanan terhadap konsumen yang dilakukan Gundah Coffee Shop.

Seiring berjalannya waktu, di tahun 2021-2023 peningkatan jumlah CoffeeShop di Kota Bandung terutama di sekitar wilayah Telkom University tumbuh begitu pesat. Semakin

banyak Coffee Shop yang menawarkan dan menyediakan fasilitas dan tempat yang lebih modern mengikuti trend dan life style anak muda jaman sekarang serta variasi menu yang lebih banyak dan menarik. Hal ini yang menandakan persaingan bisnis yang ketat. Oleh karena itu, pihak pengelola Coffe Shop Gundah Coffee perlu memahami perilaku konsumen dan mengenali kebutuhan serta keinginan konsumen saat ini dan dikemudian hari. Hal tersebut menjadi sesuatu yang penting untuk diketahui pihak pengelola Gundah Coffee agar dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, namun penjualan kopi dan non-kopi di Gundah Coffee setiap bulannya mengalami ketidakstabilan. Berikut data penjualan Gundah Coffee Jalan Telekomunikasi selama tahun 2021-2023.

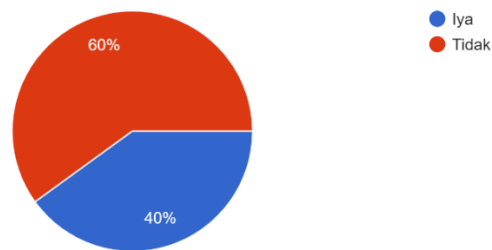
NO	Tahun	Hari	Hasil Pendapatan
1	2021	365	64.654.000
2	2022	365	46.501.000
3	2023	364	44.503.000

Tabel 1.1 Data Hasil Penjualan
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Dari tabel 1.1 , dapat disimpulkan bahwa Coffee Shop Gundah Coffee mengalami fenomena penurunan yang signifikan. Dapat diungkapkan bahwa pendapatan Coffee Shop Gundah Coffee mengalami penurunan sejak 2022 sebesar 29% penurunan itu berlanjut ke tahun 2023 sekarang. Jadi pada hampir 2 tahun terakhir keputusan pembelian terhadap kopi Gundah Coffee mengalami penurunan yang cukup signifikan. Fenomena penurunan pada Gundah Coffe dapat terjadi selain dikarenakan oleh kualitas pelayanan terhadap konsumen dapat dikarenakan oleh adanya peningkatan persaingan di sekitar area bisnis bisa memengaruhi penjualan. Jika coffee shop lain menawarkan produk atau pelayanan yang lebih menarik, pelanggan potensial mungkin beralih ke tempat lain. Akibat penurun pendapatan yang dialami Coffee Shop Gundah Coffee melakukan terus strategi yang baru untuk memikat para konsumen dengan cara menyediakan live music dan mempromosikan melalui platform instagram.

Untuk mengidentifikasi masalah terjadinya penurunan pendapatan Coffee Shop Gundah Coffee terhadap pelayanan pelanggan dalam penelitian ini, penulis akan melakukan riset pra-kuesioner dengan menyebarkan beberapa pertanyaan kepada 30 responden konsumen Coffee Shop Gundah Coffee Jalan Telekomunikasi, Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung. Menurut A.Parasuraman, Valarie Zeithaml, dan Leonardy Berry belum berubah sejak dikemukakan (1988-2023) ada indikator kualitas pelayanan terletak pada lima dimensi yaitu: Reliability (Keandalan), Assurance (Jaminan), Tangibles (Bukti Fisik), Empathy (Empati), dan Responsiveness (Responsivitas).

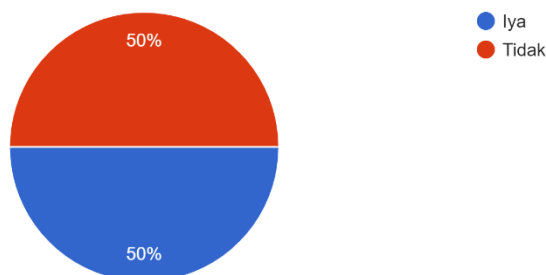
Apakah barista atau karyawan di Gundah Coffee memberikan informasi yang diperlukan tentang produk atau menu?
30 responses



Gambar 1.3 Hasil Pra-Kuesioner
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Hasil penelitian yang diperoleh dari pra-kuesioner pada Kualitas Pelayanan menghasilkan data: 12 orang menjawab Baik dan 18 orang menjawab Tidak. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi jaminan (assurance) pelayanan Coffee Shop Gundah Coffee kurang baik.

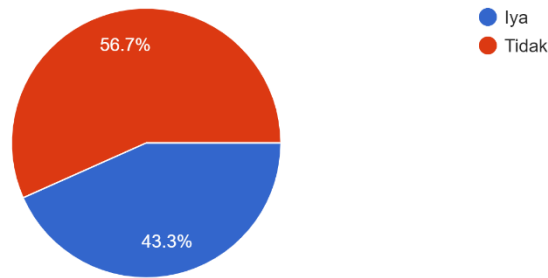
Apakah anda merasa yakin dengan kebersihan dan keamanan produk yang disajikan di Gundah Coffee?
30 responses



Gambar 1.4 Hasil Pra-Kuesioner
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Hasil penelitian yang diperoleh dari pra-kuesioner pada Kualitas Pelayanan menghasilkan data:30 orang menjawab 15 Baik dan 15 orang menjawab Tidak. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi jaminan (assurance) pelayanan Coffee Shop Gundah Coffee cukup baik.

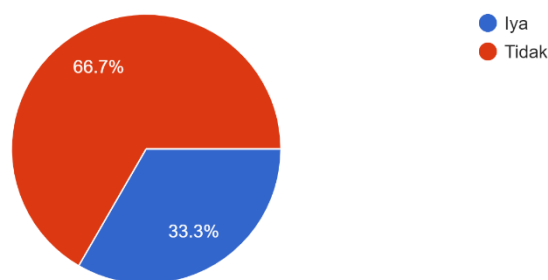
Apakah Gundah Coffee merespon dengan cepat terhadap keluhan atau masukan dari pelanggan?
30 responses



Gambar 1.5 Hasil Pra-Kuesioner
Sumber: Data Olahan Peneliti,2023

Hasil penelitian yang diperoleh dari pra-kuesioner pada Kualitas Pelayanan menghasilkan data:39 orang menjawab 13 Baik dan 17 orang menjawab Tidak. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi responsivitas (responsiveness) pelayanan Coffee Shop Gundah Coffee kurang baik.

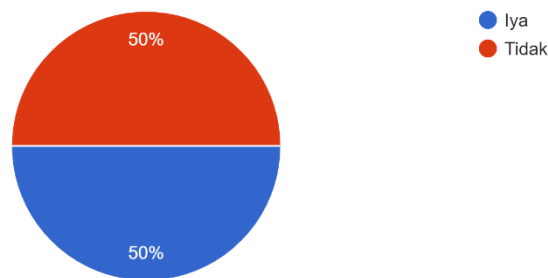
Apakah Gundah Coffee menyediakan jaminan apabila pelayanan kurang baik ?
30 responses



Gambar 1.6 Hasil Pra-Kuesioner
Sumber: Data Olahan Peneliti,2023

Hasil penelitian yang diperoleh dari pra-kuesioner pada Kualitas Pelayanan menghasilkan data:20 orang menjawab Baik dan 10 orang menjawab Tidak. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi jaminan (assurance) pelayanan Coffee Shop Gundah Coffee baik.

Apakah Anda puas dengan tampilan dan kualitas produk yang disajikan?
30 responses



Gambar 1.7 Hasil Pra-Kuesioner

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Hasil penelitian yang diperoleh dari pra-kuesioner pada Kualitas Pelayanan menghasilkan data: 40 orang menjawab 15 Baik dan 15 orang menjawab Tidak. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi bukti fisik (tangibles) pelayanan Coffee Shop Gundah Coffee cukup baik.

Salah satu elemen yang diperhatikan pembeli adalah kualitas pelayanan. Karena kualitas pelayanan merupakan faktor kritis yang diperhatikan oleh konsumen karena memainkan peran penting dalam pengalaman pembelian dan persepsi terhadap merk atau perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi begitu penting bagi konsumen, dikarenakan meliputi: Kepuasan pelanggan, Reputasi Perusahaan, Diferensiasi kompetitif, Pengaruh pengambilan keputusan, Loyalitas pelanggan, dan dalam Mengatasi masalah.

P. Kotler dan K. Lane (2018) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa yang terjadi ketika kinerja (hasil) produk dibandingkan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Pelanggan akan mengalami ketidakpuasan dan kekecewaan jika pelayanan tidak sesuai dengan ekspektasi atau terlalu rendah. Akan tetapi, seorang pelanggan akan merasa puas jika pelayanannya sesuai dengan ekspektasinya, dan senang dan sangat puas jika pelayanannya melebihi ekspektasinya. Kualitas Pelayanan adalah seberapa besar perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Jika persepsi pelanggan melebihi harapan mereka, itu dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika persepsi pelanggan lebih rendah daripada harapan, ini dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Coffee Shop Gundah Coffee.

Sebagian besar pelaku usaha coffee shop ini masih belum bisa menerapkan pelayanan yang baik terhadap konsumen, seperti permasalahan dari kualitas pelayanan Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University yang masih kurang. Seorang pelaku usaha di bidang coffee shop ini terfokus hanya pada penjualan produk kepada konsumen, tanpa memberikan perhatian yang memadai terhadap kualitas pelayanan. Meskipun kualitas produk yang dijual mungkin menjadi fokus utama, namun kualitas pelayanan juga memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan bisnis coffee shop. Dalam industri coffee shop yang kompetitif, kepuasan pelanggan bukan hanya berasal dari kualitas kopi atau makanan yang disajikan, tetapi juga dari pengalaman menyenangkan dan layanan pelanggan yang baik. Konsumen tidak hanya mencari rasa yang lezat, tetapi juga suasana yang nyaman, pelayanan yang ramah, dan kemudahan dalam bertransaksi.

Kualitas pelayanan dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian konsumen. Bisnis yang memberikan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, memberikan respon yang cepat terhadap pertanyaan atau keluhan, dan menciptakan lingkungan yang bersahabat akan lebih cenderung menarik pelanggan secara berulang dan membangun loyalitas. Pelaku usaha coffee shop seharusnya mempertimbangkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Investasi dalam pelatihan karyawan untuk menjadi lebih ramah dan kompeten, perbaikan proses pelayanan, dan penerapan inovasi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dapat menjadi langkah-langkah strategis yang mendukung pertumbuhan bisnis, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memenangkan persaingan di pasar yang sibuk ini.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan penulis pada Coffee Shop Gundah Coffee di Telkom University, beberapa pelanggan mengutarakan keluhan terkait pelayanan. Salah satu keluhan yang sering muncul adalah kurangnya pemberian informasi yang diperlukan tentang produk atau menu oleh barista atau karyawan di coffee shop tersebut. Kurangnya informasi yang disampaikan oleh barista atau karyawan dapat menjadi kendala dalam pengalaman pelanggan. Pelanggan sering mencari tidak hanya kualitas produk, tetapi juga informasi yang jelas tentang jenis kopi, metode pembuatan, atau rekomendasi menu yang sesuai dengan preferensi mereka. Pentingnya memberikan informasi yang memadai tidak hanya membantu pelanggan dalam membuat keputusan pembelian yang lebih baik, tetapi juga menciptakan suasana yang lebih interaktif dan personal di coffee shop. Barista yang dapat

memberikan penjelasan dengan jelas tentang berbagai jenis kopi atau menu dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membangun hubungan yang lebih positif. Oleh karena itu, Coffee Shop Gundah Coffee dapat mempertimbangkan untuk memberikan pelatihan tambahan kepada barista atau karyawan dalam hal pengetahuan produk dan keterampilan komunikasi. Dengan meningkatkan kemampuan mereka untuk memberikan informasi yang informatif dan membantu, Coffee Shop Gundah Coffee dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengatasi keluhan terkait pelayanan.

Permasalahan kedua menurut pra-survei kualitas pelayanan dari Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University adalah kebersihan dan keamanan produk yang disajikan di Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University, menurut para pelanggan ada yang merasa puas dan ada juga yang tidak merasa puas. Permasalahan ketiga menurut pra-survei tentang kualitas pelayanan dari Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University. Beberapa pelanggan mengutarakan keluhan terkait pelayanan yang sering terjadi adalah pelayan tidak akurat dan tidak terpercaya terhadap konsumen sehingga pelanggan tidak menyukai pelayanan Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University.

Melalui pra-kuesioner yang dibuat oleh peneliti, peneliti mendapatkan data terkait segmentasi pasar Coffee Shop Gundah Coffee. Berdasarkan data yang dihimpun melalui pra-kuesioner konsumen Coffee Shop Gundah Coffee adalah mahasiswa dan mahasiswi Telkom University dan para alumni dari usia 18 sampai 28 tahun. Karena lokasi dari Coffee Shop Gundah Coffee dekat dengan Telkom University.

Berdasarkan hasil pra-survei yang menunjukkan keluhan terkait pelayanan di Coffee Shop Gundah Coffee di Telkom University, permasalahan ini menjadi semakin relevan mengingat kondisi bisnis yang semakin kompetitif saat ini. Saat ini, banyak pesaing usaha yang bermunculan, dan mereka seringkali memiliki tingkat pemahaman yang lebih tinggi dalam memahami kebutuhan pelanggan dan tren pasar. Permasalahan yang dihadapi oleh Coffee Shop Gundah Coffee, terutama terkait kurangnya pemberian informasi oleh barista atau karyawan, dapat menjadi kelemahan signifikan di tengah persaingan yang semakin tajam. Pesaing yang lebih baru mungkin mampu memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik dengan fokus pada kualitas pelayanan dan kemampuan komunikasi yang lebih baik. Selain itu, dengan meningkatnya persaingan, penting bagi Coffee Shop Gundah Coffee untuk tidak

hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga meningkatkannya. Ini menjadi krusial karena kualitas produk merupakan faktor kunci yang diperlukan untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan pelanggan. Namun, tantangan tambahan muncul dengan kenaikan harga bahan baku, sehingga menjaga keseimbangan antara kualitas dan biaya produksi menjadi lebih rumit. Sementara itu, disayangkan jika para pelaku bisnis lebih mementingkan eksistensi mereka daripada memperbaiki kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun citra positif dan loyalitas pelanggan jangka panjang. Oleh karena itu, Coffee Shop Gundah Coffee perlu melihat permasalahan saat ini sebagai peluang untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Dengan memprioritaskan pelatihan karyawan dalam hal pengetahuan produk dan keterampilan komunikasi, bisnis ini dapat membangun keunggulan kompetitif dalam menyediakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, mempertahankan pelanggan, dan bersaing di pasar yang semakin ketat.

Pelaku usaha di Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University harus memprioritaskan pengembangan prosedur pelayanan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini sangat penting agar dapat mempengaruhi konsumen yang berpotensi untuk membeli produk dari coffee shop ini, dan juga untuk menghadapi persaingan sengit dengan produk sejenis di pasar. Fokus penelitian dan perhatian penulis terhadap Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University adalah mendorong pengembangan prosedur pelayanan yang dapat memberikan pengalaman positif kepada konsumen. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, coffee shop ini dapat memenangkan hati pelanggan dan membuat mereka lebih cenderung untuk melakukan keputusan pembelian. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di antara pelaku bisnis sejenis, penting bagi Coffee Shop Gundah Coffee untuk menonjolkan diri dengan memberikan pengalaman pelanggan yang unik dan positif. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan coffee shop ini dari pesaingnya. Melalui penelitian dan riset lebih lanjut, penulis bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang terkait dengan kualitas pelayanan di Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University. Dengan demikian, pelaku usaha dapat mengimplementasikan perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan merespons kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Diharapkan bahwa dengan fokus pada peningkatan kualitas pelayanan, Coffee Shop Gundah Coffee dapat membangun citra positif, meningkatkan daya tarik pelanggan, dan menghadapi

persaingan dengan lebih baik di pasar yang semakin kompetitif ini. Maka dari itu, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI COFFEE SHOP GUNDAH COFFEE TELKOM UNIVERSITY”**.

1.1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Gundah Coffee ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Coffee Shop Gundah Coffee?

1.1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengevaluasi tingkat kepuasan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University.
3. Untuk meneliti sejauh mana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian mereka di Coffee Shop Gundah Coffee Telkom University.

1.1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan terhadap berbagai para pihak, adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu :

1.1.5.1 Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa memberikan masukan dan gagasan baru dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat sehingga penjual dapat terus

melakukan inovasi untuk kemajuan usaha yang dimiliki agar semakin maju dan berkembang.

1.5.1.2 Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat sekitar terutama mahasiswa/i Telkom University, sebagai bahan informasi bagi pemilik Coffee Shop tersebut agar dapat mengetahui kepuasan para konsumen terhadap pelayanan di Coffee Shop tersebut dan sebagai referensi para konsumen untuk memilih Coffee Shop.

1.5.1.3 Bagi Pelaku Bisnis

Diharapkan sebagai pemahaman yang bermanfaat khususnya dibidang Coffee Shop.

1.5.1.4 Bagi Pemerintah

Diharapkan sebagai masukan dan pertimbangan dan pengambilan kebijakan perihal kepuasan konsumen dan usaha Coffee Shop.

1.5.1.5 Bagi Peneliti

Diharapkan sebagai sarana untuk menambah wawasan baru, pengetahuan dan pengalaman peneliti serta menjadi salah satu syarat peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana administrasi bisnis.

Peneliti lain, sebagai sumber referensi informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut lagi perihal kepuasan konsumen dan usaha Coffee Shop.

1.1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Dalam pengumpulan data untuk menyusun Laporan Tugas Akhir ini, peneliti melakukan penelitian selama 4 bulan mulai dari bulan Juni 2023 – September 2023.

1.1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam laporan tugas akhir ini dibagi ke dalam 5 (lima) bab yang pada setiap bab terdiri dari beberapa sub-bab. Sistematika penulisan proposal tugas akhir secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai objek penelitian secara umum, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan teori terkait variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi jenis penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai hasil penelitian yang kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk dijadikan pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.