KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

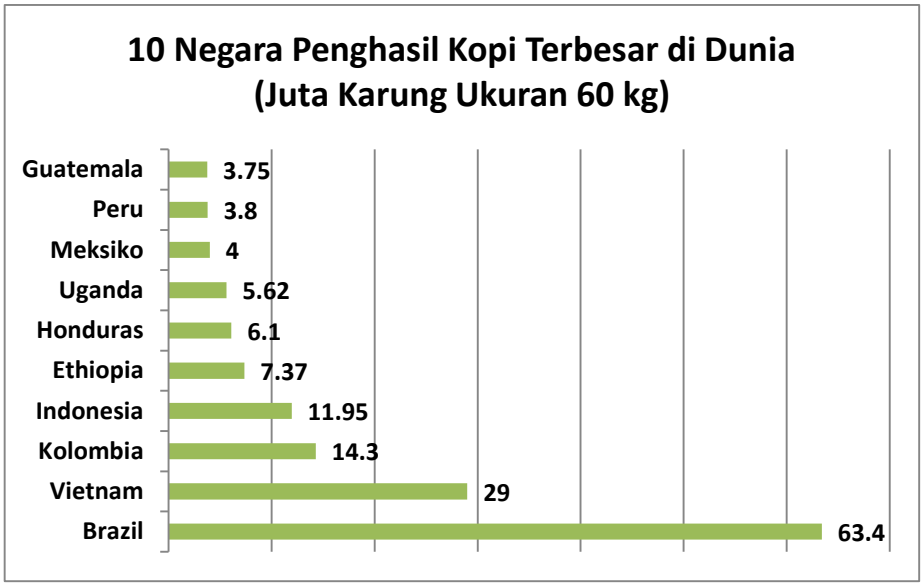
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan salah satu komoditas yang diminati oleh masyarakat di seluruh dunia. Berikut adalah data mengenai 10 negara penghasil kopi di dunia yang dipublikasikan oleh *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2020.

Gambar 1.1

10 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia



Sumber: *International Coffee Organization* (ICO), 2020

Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2020, Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan nilai produksi sebesar 11,95 juta karung berukuran 60 kilogram, atau hanya berada

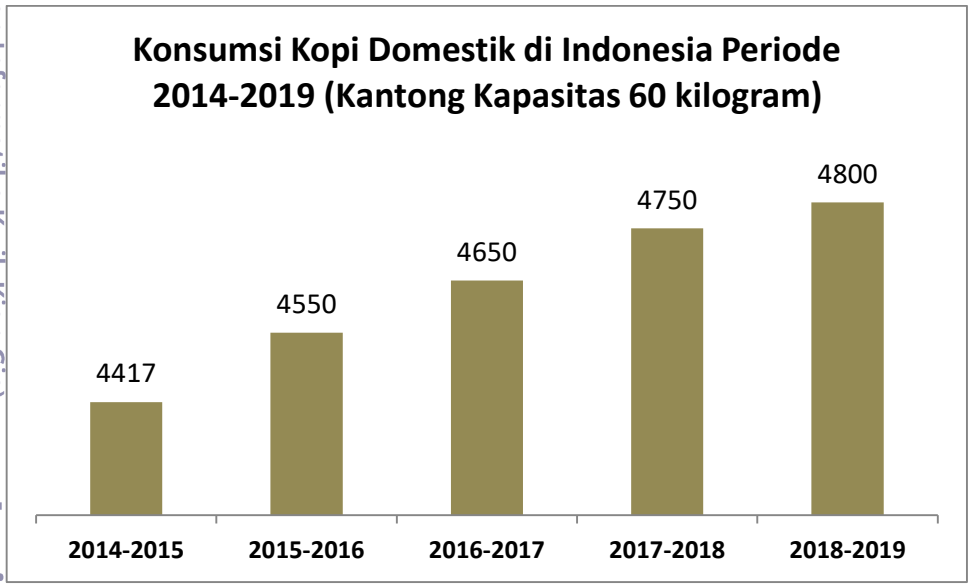
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

di bawah negara Brazil, Vietnam, dan Kolombia yang menempati posisi pertama, kedua, dan ketiga.

Tingginya nilai produksi kopi di Indonesia tidak terlepas dari tingginya nilai konsumsi kopi di Indonesia yang setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Berikut adalah data mengenai konsumsi kopi domestik di Indonesia pada tahun 2014-2019 yang dipublikasikan oleh *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2020.

Gambar 1.2

Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Tahun 2014-2019



Sumber: *International Coffee Organization* (ICO), 2020

Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan secara konsisten dari tahun 2014 hingga tahun 2019. Nilai konsumsi kopi di Indonesia pada periode tahun 2018-2019 adalah sebesar 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram atau meningkat sebesar 8,67% dari periode tahun 2014-2015 sebesar 4.417 kantong berkapasitas 60 kilogram.

Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia disambut baik oleh para pelaku usaha kedai kopi *(coffee shop)* lokal maupun luar negri. Menurut artikel yang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dikutip dari *Akurat.co* yang dipublikasikan pada tanggal 28 Agustus 2021, beberapa merek yang berhasil menguasai pasar *coffee shop* di Indonesia antara lain Janji Jiwa dengan total 800 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, Starbuck dengan total 440 gerai, Kopi Kulo dan Kopi Kenangan dengan total 300 gerai, serta Excelso dengan total 100 gerai.

Salah satu perusahaan yang turut meramaikan pasar *coffee shop* di Indonesia adalah PT. Maxx Coffee Prima atau yang dikenal dengan merek Maxx Coffee. Maxx Coffee adalah sebuah jaringan kedai kopi asli Indonesia. Berdiri sejak tahun 2015, Maxx Coffee bertekad untuk menyajikan kopi Arabika terbaik dari berbagai wilayah Indonesia dan mancanegara. Menurut berita yang dikutip dari *Bisnis.com* pada tanggal 22 Januari 2021, saat ini PT. Maxx Coffee Prima mengoperasikan 52 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya adalah gerai Maxx Coffee Sunter yang berlokasi di Jakarta Utara.

Ketatnya persaingan antar usaha *coffee shop* di Indonesia mendorong para pelaku usaha *coffee shop* berlomba-lomba untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanannya. Kepuasan pelanggan menurut Indrasari (2019), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan ekspektasi atau harapannya. Konsumen yang merasa puas akan cenderung membeli dan menggunakan kembali produk yang sama apabila terdapat kebutuhan yang sama di kemudian hari (Indrasari, 2019).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan menurut Kotler and Keller (2016), keseluruhan fitur atau karakter layanan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dimiliki konsumen. Perusahaan yang memberikan kualitas layanan yang baik akan mampu

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

menciptakan kepuasan pelanggan (Pantilu, Koleangan, and Roring 2018). Oleh karena itu, penting bagi setiap perusahaan untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanannya.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah fasilitas yang diberikan kepada pelanggan. Fasilitas menurut Tjiptono dalam Dewandi, Kasih, and Cholid (2020), adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas (Pantilu, Koleangan, and Roring 2018).

Maxx Coffee Sunter menghadapi berbagai permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Berikut adalah rangkuman mengenai ulasan yang menyatakan ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Maxx Coffee Sunter:

1. Rest room atau toilet yang kotor dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya.
2. Pelayanan yang tidak cepat tanggap karena adanya pegawai yang menunjukkan sikap yang tidak professional dalam bekerja.
3. Pelayanan dari barista yang dinilai kurang ramah.
4. Fasilitas *free wifi* yang tidak berfungsi dengan baik.
5. Lantai ruangan yang seringkali kotor dan tidak dibersihkan dengan baik.
6. Lampu yang dinilai kurang terang pada malam hari.
7. Kursi yang dinilai keras dan tidak nyaman untuk digunakan.

Fenomena-fenomena ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan oleh Maxx Coffee Sunter mengindikasikan adanya

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

pengaruh dari kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pantilu, Koleangan, and Roring (2018) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado" dengan hasil yaitu kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian terdahulu yang mengaitkan kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Sakti and Mahfudz (2018) dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Kota Semarang" menyimpulkan hasil yang sama yakni kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitan dengan judul **"Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara."**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, maka identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara.
2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1.3. Batasan Penelitian

Batasan ruang lingkup masalah yang akan ditetapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan
2. Subjek dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara
3. Lokasi penelitian ini yaitu Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah uraikan pada sub bab sebelumnya, maka rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti yaitu “Apakah kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara.”

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah uraikan pada sub bab sebelumnya, maka tujuan dari diadakannya penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara.
2. Mengetahui adanya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan peneliti mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, terutama kualitas layanan dan fasilitas.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya terutama penelitian yang berkaitan dengan variabel kualitas layanan dan fasilitas.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru, terutama bagi para akademisi yang berkonsentrasi dalam bidang manajemen pemasaran.

4. Bagi Pihak Manajemen Maxx Coffee Sunter

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran kepada pihak manajemen Maxx Coffee Sunter untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan dan peningkatan fasilitas kepada para pelanggan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie