

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Arus globalisasi yang cepat membawa semua bangsa dituntut untuk dapat ikut berperan serta di dalamnya bila tidak ingin tenggelam. Negara-negara Barat dipandang sebagai kiblat perkembangan zaman. Tidak hanya dari sisi teknologi tetapi juga gaya hidup. Modernisasi mengubah gaya hidup menjadi lebih seirama, dengan gaya hidup Barat bahkan terkadang dengan meninggalkan nilai lama. Modernisasi juga mengharuskan perubahan sikap dan mental dalam rangka penyesuaian dengan lingkungan baru. Sementara itu, industrialisasi berkaitan dengan penyebaran barang-barang yang diproduksinya Nurhajjah, dkk (2021)

Gaya hidup sebagian anak muda lebih berorientasi pada nilai kebendaan dan prestise. Segala sesuatu yang menimbulkan kesan modern dan membawa prestise cenderung diminati oleh anak muda. Gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan tanpa memikirkan dampaknya lebih jauh itu disebut dengan gaya hidup hedonis, bila membahas mengenai gaya hidup tidaklah selalu berarti negatif. Orang dapat menjalankan suatu pola gaya hidup yang sehat berlandaskan rasio dan logika. Tetapi terkadang gaya hidup yang dijalani sebagian orang, justru hanya didasarkan pada prinsip kesenangan semata. Nurhajjah, dkk (2021)

Gaya hidup membawa manusia pada warna baru dan dinamika dalam kehidupan. Manusia selalu mencari cara kreatif dalam hidup, dan variasi gaya hidup sebagai salah satu bentuk perwujudan kreativitas ini, namun, bila sesuatu hal sudah berorientasi pada

kesenangan dan hura-hura semata tanpa memikirkan dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan sosial dan menyuburkan nilai-nilai negatif dalam kehidupan, maka hal ini dapat dikatakan sebagai gaya hidup menyimpang. Gaya hidup sering dikaitkan dengan anak muda khususnya mahasiswa, karena masa muda adalah periode transisi ketika individu berubah secara fisik dan psikologis dari anak-anak menjadi dewasa. Ada beberapa fenomena gaya hidup yang kaitannya dengan remaja Nurhajjah, dkk (2021).

Salah satunya yaitu berdirinya berbagai tempat kuliner kekinian saat ini seperti *coffee shop* di Indonesia. Perkembangan bisnis *coffee* yang berkembang itu tidak mampu untuk bertahan dengan waktu yang lama. Ketatnya persaingan itu mengakibatkan terjadinya persaingan bisnis *Coffee shop* yang kuat, sebab pelanggan memiliki pilihan yang bermacam-macam untuk memenuhi kebutuhan akan ketersediaan dan pelayanan *caffe*. Dengan kondisi dan situasi persaingan yang semakin kuat antar *coffee shop*, pengelola usaha/bisnis *coffee shop* tidak saja harus mampu menjual produknya, tetapi juga harus mempunyai kemampuan yang maksimal dalam memasarkan usaha/bisnisnya, sehingga keinginan konsumen untuk berkunjung dan menikmati *caffe* tidak menurun akan tetapi semakin meningkat, meskipun dengan keadaan banyak bermunculan pesaing baru, *coffee shop* diharapkan tetap dapat menjadi suatu pemenuhan kebutuhan dalam kondisi persaingan yang kuat antar *coffee shop* saat ini (Jannah, 2019:2).

Jika seseorang berpikir bahwa *coffee shop* hanya sekedar menikmati kopi saja sebenarnya bahkan lebih dari itu. *Coffee shop* mampu menghadirkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan (*prestige*), karena ketika mengonsumsi kopi dipandang bukanlah hal sederhana akan tetapi sudah mewakili gaya hidup seorang pada saat ini (Putri, 2021:3).

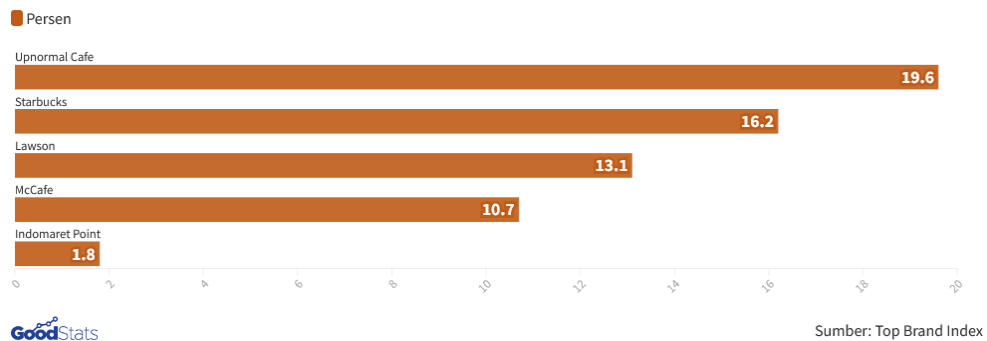
**Tabel 1.1**  
**Data Peningkatan Konsumsi Kopi Nasional**



Sumber : Econimics.com

Berdasarkan informasi dari tabel 1.1 diatas, pada tahun 2021 dapat dilihat bahwa telah terjadi pertumbuhan konsumsi kopi nasional, dimana pada tahun 2016 menunjukkan jumlah konsumsi nasional sebesar 249,8 ribu ton dan hingga pada tahun 2021 konsumsi kopi domestic saat ini tumbuh sekitar 13,9% per tahun dan melebihi konsumsi dunia mencapai 8 % dimana hal tersebut juga diikuti dengan pertumbuhan coffee shop yang semakin menjamur setiap tahunnya. Peningkatan jumlah pengunjung coffee shop perkotaan di Indonesia sangatlah pesat dari tahun ke tahun, hal tersebut menunjukkan bahwa dinamika pola hidup jauh berubah pada setiap zaman Derista & Purwanto (2019)

**Tabel 1.2**  
**Data Ketertarikan antara Gen-z dengan Coffee Shop**



Berdasarkan informasi dari tabel 1.2 diatas pada tahun 2022 dapat dilihat bahwa ketertarikan antara Gen-Z terhadap sebuah coffee shop itu sangat tinggi. Hal itu dibuktikan oleh banyaknya anak muda yang berkunjung ke beberapa coffee shop diantaranya yaitu : Upnormal Café dengan presentase 19,6%, Starbucks 16,2%, Lawson 13,1%, McCafe 10,7%, dan Indomaret Point dengan 1,8 %. Dimana Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995-2010 dan Gen-Z memiliki rentan usia antara 12-27 tahun, maka dengan rentan usia yang demikian kebanyakan dari Gen-Z adalah pelajar atau mahasiswa (Dewantari,2022). Maka dapat disimpulkan bahwa ketertarikan antara coffee shop dengan mahasiswa itu sangat tinggi.

Fenomena perilaku kaum muda pergi ke *coffee shop* telah memasuki tidak hanya Jakarta sebagai kota metropolitan, tetapi juga kota-kota yang sedang berkembang saat ini di Indonesia, salah satunya adalah Purwokerto. Purwokerto sebagai kota yang sedang berkembang dengan banyaknya pendatang, terutama kaum muda, menyebabkan pergeseran gaya hidup ke arah modernisasi yang muncul akibat desakan tuntutan hiburan dan minimnya filter arus modernisasi. Segmentasi dari penelitian ini dibatasi oleh 3 universitas yang ada di Purwokerto yaitu Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Jenderal Soedirman Dan Universitas Islam Negeri K.H. Saifuddin Zuhri.

**Tabel 1.3**

**Segmentasi Penelitian**

No	Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
1.	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	12.529
2.	Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	11.132
3.	Universitas Jenderal Soedirman	28.886
	Jumlah	52.547

Sumber: [www.pddikti.kemdikbud.go.id](http://www.pddikti.kemdikbud.go.id) /(Diakses pada 25 Sept 2022)

Berdasarkan informasi pada 1.3 dapat dilihat bahwa 3 universitas tersebut merupakan universitas terbesar dan memiliki jumlah mahasiswa cukup banyak, sehingga saya sebagai peneliti tidak kesulitan pada saat penyediaan kuesioner terhadap 3 universitas tersebut kemudian juga beberapa universitas tersebut lokasinya berdekatan dengan berbagai macam coffee shop sehingga hal tersebut dapat memudahkan peneliti untuk meneliti terhadap hal-hal yang kaitannya dengan gaya hidup mahasiswa dengan coffee shop yang ada di Purwokerto.

Perkembangan bisnis coffee shop yang ada di Purwokerto semakin menjamur karena adanya pengaruh gaya hidup dari luar, ketertarikan anak muda khususnya mahasiswa di kota Purwokerto dengan sebuah coffee shop sangat erat bisa dilihat dari beberapa sering mahasiswa yang ada di Purwokerto mengunjungi sebuah coffee shop.

Mahasiswa memilih coffee shop sebagai tempat berkumpul mereka dengan teman sekaligus dapat dijadikan tempat untuk rapat hingga mengerjakan tugas kuliah, terlebih lagi di sekitar kampus terdapat berbagai macam bentuk coffee shop yang menawarkan kopi dengan harga yang bervariasi. Pada umumnya coffee shop di Purwokerto buka mulai pukul 17:00 WIB bahkan ada yang dari jam 10:00 WIB (Dimiyati, 2009:34). Sehingga mahasiswa dengan mudah menghabiskan waktu untuk berkumpul bersama teman dan menikmati berbagai menu yang tersedia di Coffee Shop (Derista & Purwanto, 2019).

Ketertarikan antara anak muda khususnya mahasiswa dengan sebuah coffee shop juga bisa dengan melihat kualitas pelayanan yang ada di sebuah coffee shop, semakin baik pelayanan yang diberikan makan pelanggan akan merasa puas, kemudian melihat

bagaimana keragaman menu yang ada di sebuah coffee shop karena semakin banyak menu yang ada makan itu dapat membantu pelanggan untuk dapat membeli dan memilih berbagai menu sesuai dengan keinginan mereka, dan melihat bagaimana suasana cafe karena pada dasarnya susasana café berpengaruh terhadap perasaan atau mood dari pelanggan ketika berkunjung ke sebuah coffee shop, sehingga itu dapat mempengaruhi dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Sambara dkk, 2019).

**Tabel 1.4**  
**Daftar Cafe dan Coffee Favorite di Purwokerto**

No	Nama	Alamat	Reviewers	Rating
1	Society Coffee House	Jl. Prof. Dr. Suharso No. 9B	2100 orang	4,5/5
2	Singgah Coffee & Book	Jalan Riyanto No.29	986 orang	4,5/5
3	Praketa Kopi	Jl. H.R Boenyamin No.129	1200 orang	4,6/5
4	Kopi Kebon	Jl. H.R Boenyamin No.12	109 orang	4,6/5
5	Adaptasi Kopi	JL.Ringin Tirto No.	33 orang	4,6/5

Sumber : Google Reviewers, 2022

Berdasarkan informasi dari tabel 1.4 diatas, pada tahun 2022 dapat dilihat bahwa Society Coffee House Purwokerto memiliki jumlah reviewers yang paling banyak yaitu sebanyak 2100 orang, artinya banyak orang yang tertarik untuk mengulas lebih dalam mengenai Society Coffee House Purwokerto bila dilihat dari Kualitas Pelayanan, Kergaman Menu, dan Suasana Café dan jika dilihat dari ratingnya yang mencapai 4,5/5 dari 5/5 artinya Society Coffee House Purwokerto sudah cukup baik dari Keragaman Menu dan Suasana Cafe yang kemudian juga dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan, namun berbeda dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Society Coffee House Purwokerto, kualitas pelayanan yang diberikan

masih belum bisa untuk memuaskan pelanggannya karena memang begitu lambatnya pelayanan yang ada disana bahkan untuk hanya menikmati berbagai menu saja para pelanggan harus menunggu kurang lebih 10-20 menit, meskipun dalam keadaan yang tidak terlalu ramai, dan juga dibuktikan dengan beberapa keluhan orang yang mereview mereka menuliskan bahwa pegawai di Society Coffee House Purwokerto kurang ramah dalam menyambut dan melayani pelanggan yang datang.

Sementara pada kompetitor coffee shop yang lain pada tabel 1.4 yaitu Praketa Kopi memiliki jumlah reviewers yang tidak kalah banyak bila dibandingkan Society coffee House Purwokerto yaitu sebanyak 1200 orang dan dengan rating yang lebih bagus yang mencapai 4,6/5 dari 5/5 itu artinya bahwa kualitas pelayanannya lebih baik, pembaharuan akan menunya juga lebih bervariasi, dan juga memiliki Suasana Café yang nyaman sehingga pelanggan merasa puas bila dibandingkan dengan Society Coffee House Purwokerto. Berdasarkan permasalahan tersebut, Society Coffee House Purwokerto hanya mendapatkan persaingan oleh Praketa Kopi, maka Society Coffee House Purwokerto harus memperhatikan dan menerapkan kualitas pelayanan, dan juga melakukan pembaharuan menu agar menunya lebih bervariasi kemudian juga penciptaan suasana café yang lebih nyaman agar pelanggan merasa puas.

Awal berdirinya *Coffee Shop* ini sejak tahun 2015 dengan membuat konsep tempat yang nyaman dan menyediakan menu yang bervariasi. *Society Coffee house* Purwokerto merupakan salah satu *coffee house* yang lengkap bagi anak muda yang berada di Purwokerto lebih tepatnya di Jln. Prof. Dr. Suharso Kelurahan No.9B, Arcawinangun, Kecamatan. Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah (Lorena & Martini, 2019)

Dengan kesuksesannya dalam menjalani bisnis selama 7 tahun membuat Society Coffee House Purwokerto semakin dikenal oleh masyarakat. Berbagai menu makanan dan minuman yang tersedia didalamnya juga berkembang mengikuti *trend* jaman sekarang dan sangat bervariasi, tidak hanya menawarkan makanan dan minuman yang bervariasi tetapi juga menampilkan desain *coffee shop* yang kekinian dan hal tersebut diikuti dengan inovasi dalam perkembangan makanan dan minuman yang awalnya menjual makanan dan minuman yang secara umum ada di *coffee shop* lain seperti: *espresso bar* dan *waffle*, kemudian memutuskan untuk menjual minuman dan makanan yang dianggap menarik dan jarang ditemui di *coffee shop* lain seperti: *cappuccino iced*, *macchiato*, dan *chicken cream pie*, sehingga Coffee shop ini mampu menarik perhatian pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap berbagai menu makanan dan minuman (Lorena & Martini, 2019).

Tidak hanya memperhatikan pelangganya melalui keragaman menu yang bervariasi, Society Coffee House Purwokerto juga memperhatikan kepuasan pelanggan seperti penciptaan suasana yang nyaman yang didukung dengan desain interior yang unik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan musik, serta memberikan pelayanan yang berkualitas dan berbagai menu makanan dan minuman yang unik serta memiliki cita rasa yang enak. (Lorena & Martini, 2019).

Hal tersebut membuat Society Coffee House Purwokerto menjadi menarik untuk diteliti berkaitan dengan hal-hal yang kaitannya dengan kualitas pelayanan, keragaman menu, dan suasana café terhadap kepuasan pelanggan di sebuah *coffee shop*.” Fenomena banyaknya anak muda yang pergi ke sebuah coffee shop juga telah dikaji juga pada riset sebelumnya yang dilakukan oleh (Avianty & Djoko,2019) yang membahas mengenai

Café Stove Syndicate Semarang dengan variabel penelitiannya yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, didalam penelitian tersebut dibahas fenomena kaitannya dengan ketertarikan anak muda pada sebuah coffee shop karena adanya sebuah pengaruh gaya hidup dari luar, namun pada penelitian tersebut tidak dibahas mengenai suasana café dari Café Stove Syndicate Semarang, maka dari itu peneliti bermaksud ingin mengkaji lebih jauh lagi mengenai Fenomena banyaknya anak muda khususnya mahasiswa yang pergi ke sebuah coffee shop yang ada pada Society Coffee House Purwokerto dengan variabel penelitiannya yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Menu Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam riset ini Society Coffee House Purwokerto digunakan sebagai objek penelitian. dengan tujuan untuk menganalisa kepuasan pelanggan. Kepuasan Pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012) merupakan perasaan kecewa atau bahagia seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan menu (atau hasil) terhadap bayangan mereka. Jika rasa dari suatu menu dianggap sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan terhadap pembelian tergantung pada kinerja aktual produk tersebut, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Karena dengan tercapainya kepuasan pelanggan tentu akan mempengaruhi persepsi dan emosi pelanggan untuk melakukan tindakan pembelian menu pada perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan sangat menentukan nasib sebuah perusahaan, karena kepuasan pelanggan salah satu tolak ukur bagi perusahaan untuk menilai seberapa loyal konsumen terhadap produk karena kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2015) kepuasan pelanggan adalah rasa nyaman konsumen ketika

mendapatkan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik daripada hasil produk yang tidak dipilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk. Oleh karena itu perusahaan harus mampu mempertahankan kualitasnya (Fau dkk,2019). Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu Kualitas pelayanan, keragaman menu, dan Suasana Cafe. (Ardana,2018).

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu daya tarik yang menjadikan pelanggan atas produk yang dibelinya. Menurut Tjiptono (2011:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan tentunya dapat mendorong pelanggan untuk komitmen kepada menu dan pelayanan suatu perusahaan sehingga hal tersebut tentunya akan meningkatkan *market share* suatu produk.

Kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting pada sebuah Coffee Shop. Jika sebuah Coffee shop memberikan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa puas dan mendapat nilai positif di mata pelanggan terhadap beberapa menu yang ditawarkan coffee shop tersebut. Sebaliknya apabila sebuah Coffee shop tidak mampu melayani pelanggan dengan baik maka kemungkinan yang akan timbul adalah pelanggan akan memutuskan hubungan bisnis dengan perusahaan karena merasa tidak sesuai terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan perusahaan, sehingga di kemudian hari

pelanggan tentu akan menginformasikan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya, yang pada akhirnya para pelanggan akan memutuskan hubungan dengan Coffee shop tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. (Thaib dkk,2020).

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan menurut Avianty & Djoko (2019), Setiyani & Maskur (2022), Fau, dkk (2019), Ardana (2018), Nurhajjah, dkk (2021), Sambara, dkk (2021), Thaib, dkk (2020), dan Wulandari & Zulaikha (2019), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mumu, dkk (2021) dan Bayu & Ayu (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil riset tersebut timbul adanya kesenjangan dari penelitian sebelumnya. Oleh karena itu riset ini bermaksud untuk dapat mengklarifikasi kembali faktor-faktor determinan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, Faktor kedua yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah Keragaman Menu. Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Avianty & Djoko (2019) keragaman produk merupakan rentang pilihan yang disediakan oleh saluran pemasaran, Biasanya, pelanggan lebih menyukai banyak pilihan yang banyak karena semakin banyak pilihan semakin besar peluang untuk menemukan apa yang mereka butuhkan. Menurut Reza dan Samiei (2012) keragaman menu merupakan kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen.

Oleh karena itu, penyedia *Coffee Shop* harus membuat sebuah kebijakan yang akurat mengenai berbagai macam menu yang dijual, karena dengan adanya keberagaman menu seperti menu dan rasa yang bervariasi, ukuran, kualitas dan tersedia berbagai menu yang konsisten seperti yang telah dijelaskan diatas. Dengan hal tersebut tentunya akan membantu pelanggan dalam memilih beberapa macam menu yang sesuai dengan ekspektasi mereka. Keragaman menu yang dirasakan pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja suatu tempat makan atau *coffee shop*, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Fungsi, kualitas dan benefits mengenai keragaman menu merupakan fokus dari cara pelanggan menilai suatu perusahaan, jika ketersediaan menu di *coffee shop* bervariasi maka pelanggan dapat memilih menu sesuai dengan ekspektasi dan harapan mereka.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Avianty & Djoko (2019), Lorena & Martini (2019), Wardhani & Dwijayanti (2021), Ardana (2018), Sihombing, dkk (2021), Puspitarini, dkk (2022), yang menyatakan bahwa keragaman menu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mumu, dkk (2021) dan Ramdani, dkk (2022) yang menyatakan bahwa keragaman menu tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan riset diatas timbul adanya kesenjangan dari penelitian sebelumnya. Oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk mengklarifikasi kembali faktor-faktor determinan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain keragaman menu variabel berikutnya yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan adalah suasana Cafe, Suasana Cafe yang nyaman akan menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi pelanggan sebelum memutuskan untuk datang dan

menikmati pelayanan yang disediakan oleh perusahaan. Menurut Nurhajjah, dkk., (2021) suasana Cafe adalah gabungan dari tipe-tipe bangunan toko seperti arsitektur, posisi barang, penerangan, pemajangan produk, warna tembok, suhu ruangan, adanya musik, aroma yang akan menciptakan citra dalam pikiran konsumen ketika berkunjung.

Suasana Cafe yang diatur dengan baik oleh pihak ritel bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi yang terkaitannya dengan pelayanan toko seperti harga maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat kekinian. Menurut Levy dan Weits (2011) suasana cafe mengacu pada desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan bau untuk merangsang respon perseptual dan emosional pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian. Penggunaan suasana Cafe yang tepat akan menimbulkan kesan menarik dan membantu memperbaiki citra sebuah cafe dalam persepsi pelanggan, yang tentunya akan mendorong pelanggan dalam melakukan pembelian produk.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Avianty dan Djoko (2019), Fau,dkk (2021), Wardhani & Dwijayanti, (2021) Ardana (2018), Nurhajjah,dkk (2021), Bayu & Ayu (2021), Sambara,dkk (2021), Sihombing,dkk (2021), Thaib, dkk (2021), Puspitarini, dkk (2022), dan Furoida & Maftukhah (2018) menyatakan bahwa Suasana cafe berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh wulandari,dkk (2019) dan Derista & Purwanto (2019) yang menyatakan bahwa Suasana Cafe tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. penjelasan diatas timbul adanya kesenjangan dari penelitian sebelumnya. Oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk mengklarifikasi kembali faktor-faktor determinan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari riset sebelumnya yang dilakukan oleh (Thaib dkk, 202) pada Toko Toys City Mall Sumarecon, Bekasi dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Suasana toko. Adapun perbedaan penelitian ini dengan riset sebelumnya adalah dengan menambahkan variabel Keragaman menu karena pada dasarnya ketersediaan berbagai menu yang bervariasi dapat membantu untuk memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai menu atau produk sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi atau meningkatkan kepuasan pelanggan (Wardhani & Dwijayanti,2019)

Kemudian pada riset sebelumnya yang dilakukan oleh Wardhani & Dwijayanti (2019). dengan judul penelitian Pengaruh *Store Atmosphere* dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada Coffee Shop Rustic Market Surabaya, pada penelitian tersebut saya menambahkan variabel Kualitas pelayanan karena pada dasarnya Kualitas pelayanan merupakan aspek yang paling penting bagi sebuah perusahaan maupun Coffee shop, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa puas sehingga hal tersebut dapat menjadi nilai positif dimata pelanggan atas berbagai menu atau produk yang di tawarkan dari sebuah perusahaan maupun Coffee Shop (Thaib.dkk,2020)

Demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, keragaman menu, dan suasana Cafe terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Menu dan Suasana Cafe terhadap Kepuasan Pelanggan Society Coffee House Purwokerto ”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan, Keragaman Menu, dan Suasana Cafe berpengaruh secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Society Coffee House Purwokerto?
2. Apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Society Coffee House Purwokerto?
3. Apakah Keragaman Menu secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Society Coffee House Purwokerto?
4. Apakah Suasana Cafe secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Society Coffee House Purwokerto?

## **C. Batasan Masalah**

Mengingat begitu banyak permasalahan yang harus diselesaikan agar penelitian ini dapat fokus membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan oleh peneliti maka perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan pada permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Aktif di Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Jendral Soedirman Dan Universitas Islam Negeri K.H. Saifuddin Zuhri yang pernah menikmati berbagai menu di Society Coffee House Purwokerto dalam beberapa bulan terakhir
2. Variabel yang di teliti di batasi pada variabel bebas Kualitas pelayanan, keragaman menu dan Suasana cafe, serta variabel terikatnya adalah kepuasan Pelanggan.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Menu dan Suasana Cafe terhadap Kepuasan Pelanggan Society Coffee House Purwokerto
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Society Coffee House Purwokerto
3. Untuk menganalisis pengaruh Keragaman Menu terhadap Kepuasan Pelanggan Society Coffee House Purwokerto
4. Untuk menganalisis pengaruh Suasana Cafe terhadap Kepuasan Pelanggan Society Coffee House Purwokerto

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada para pembacanya. Adapun manfaat adanya penelitian ini, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengembangan wawasan keilmuan yang dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian serupa maupun sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya mengenai pengaruh Kualitas pelayanan, Keragaman Menu dan Suasana Cafe terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembacanya, adapun manfaat praktis dari penelitian ini sebagai berikut :

### a. Manfaat bagi Society Coffee House Purwokerto

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Society Coffee House Purwokerto agar dapat menjadi masukan dalam melakukan pengembangan dan peningkatan kualitas Pelayanan, Keragaman Menu dan Suasana Cafe, sehingga di masa yang akan datang Society coffee house purwokerto dapat menjadi perusahaan yang handal dan unggul dalam memberikan pelayanan dan menu yang bervariasi serta menciptakan Suasana Cafe yang nyaman sehingga kepuasan Pelanggan semakin meningkat.

### b. Manfaat untuk konsumen

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan pada faktor Kepuasan pelanggan melalui faktor kualitas pelayanan, keragaman menu dan Suasana cafe.

### c. Manfaat untuk peneliti

Dengan penelitian ini, digunakan sebagai syarat lulus untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) Manajemen di Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.