

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan ekonomi di era abad ke-21, yaitu industri sedang mengalami perubahan besar, didorong oleh teknologi, globalisasi, perubahan kebijakan pemerintah, permintaan konsumen dan gaya hidup. Di era globalisasi saat ini, produk atau layanan perusahaan mengalami perubahan besar-besaran. Perkembangannya sangat cepat dimana merk dan produk bersaing sehingga konsumen dapat memilih.

Perusahaan jasa berusaha untuk menciptakan pengalaman baru yang berkesan bagi konsumen. Pengalaman konsumen baru ini menjadi tantangan bagi perusahaan jasa untuk memuaskan konsumen. Agar konsumen mendapatkan pengalaman baru, perusahaan jasa harus memperhatikan beberapa aspek agar berhasil menarik konsumen. Jika suatu perusahaan dapat menarik perhatian konsumen maka penjualan akan meningkat pesat.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu industri yang dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Melimpahnya UMKM membuka peluang bagi perluasan ekonomi dan memberikan beberapa dampak positif bagi masyarakat, khususnya masyarakat miskin dan menengah. UMKM juga memiliki kemampuan menyerap tenaga kerja dan menambah serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Untuk tujuan mengurangi pengangguran dan kemiskinan, UMKM dapat menjadi prioritas utama atau pilar struktur ekonomi rakyat. Keberadaan UMKM merupakan

salah satu faktor kunci yang mempengaruhi perekonomian, karena memberikan pilihan yang dapat meringankan beban perekonomian nasional dalam situasi ekonomi yang tidak menguntungkan seperti yang kita alami saat ini.

Salah satu UMKM yang berkembang dengan pesat adalah angkringan. Bermunculannya angkringan di Majenang disebabkan kebiasaan masyarakat khususnya dikalangan remaja dan Mahasiswa yang suka nongkrong dan menghabiskan waktu di malam hari dengan bersama-sama. Berbagai macam nama angkringan dengan berbagai macam jenis makanan, minuman ditawarkan mulai dari tradisional hingga modern. Tidak dapat dihindarkan kehidupan remaja di wilayah Majenang tidak lepas dari kehidupan malam seperti nongkrong di angkringan, *hangout*, dugem dimana kegiatan tersebut membentuk suatu komunitas yang mewujudkan budaya modernisasi. Menurut Khoiriyah (2018), Perkembangan angkringan di wilayah Majenang dipengaruhi banyak faktor, diantaranya demografi, gaya hidup dan kebiasaan penduduk di suatu daerah.

Salah satu angkringan yang cukup terkenal di Majenang yaitu angkringan King's Matador. Angkringan ini berdiri sejak 27 Desember 2017 yang beroperasi dari pukul 15.00-22.00, beralamat di Tanjungsari, Sindangsari, Kecamatan Majenang, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53257. Angkringan ini terkenal sebagai angkringan yang nyaman untuk nongkrong, ngopi dan harga terjangkau serta suasana yang nyaman dengan konsep seperti angkringan namun *modern dan instagramable* (ada ayunan,

dekorasi wayang di dinding, Vespa tua yang dipamerkan, dan tersedia area VIP). Fasilitas yang lengkap seperti TV flat bagi yang ingin menonton, *Free Wifi area, smoking room, VIP room* juga ada dan open bar.

Angkringan biasanya identik dengan tempat berteduh yang tidak memadai saat hujan, jumlah pelayan yang terbatas, waktu tunggu pelanggan yang lama karena jumlah customer yang melebihi tempat duduk, sistem pembayaran yang kurang baik, lokasi angkringan yang bersebelahan dengan jalan raya sehingga membuat pelanggan tidak nyaman karena adanya kendaraan yang melintas di jalan dan asap kendaraan yang membuat pelanggan tidak nyaman. Kondisi seperti itu sangat kontras dengan Angkringan King's Matador Majenang. Fasilitas yang lengkap dan menu yang memanjakan lidah konsumen yang berkunjung membuat konsumen sangat puas dan akan kembali menunjungi Angkringan King's Matador Majenang.

Angkringan King's Matador Majenang menyediakan fasilitas yang lengkap dan nyaman karena lokasi berdekatan dengan alun-alun Majenang, sehingga memudahkan akses pelanggan untuk menuju ke lokasi tersebut. Metode promosi yang dilakukan melalui media sosial antara lain *Instagram, Facebook* dan media sosial lainnya. Media Digital ini lebih efektif untuk promosi karena sebagian besar orang menggunakan media sosial. Fasilitas yang lengkap membuat konsumen nyaman dan betah pada saat berkunjung. Jika konsumen mendapatkan kepuasan maka akan kembali dan memberikan pengaruh kepada orang lain untuk berkunjung.

Kepuasan konsumen di bidang jasa ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain kualitas pelayanan. Tjiptono (2015) mendefinisikan kualitas layanan sebagai sejauh mana tingkat layanan memenuhi atau melebihi harapan klien. Harapan pelanggan dan layanan aktual yang diterima dibandingkan untuk menentukan kualitas layanan. Jika konsumen menerima layanan yang memenuhi harapan mereka, layanan tersebut dipandang berkualitas tinggi dan memuaskan. Penelitian yang dilakukan oleh Nitjano (2020); Mimi (2018); Andalusi (2018); Endang (2019) dan Prasetyo (2021) menjelaskan bahwa Ketika harapan pelanggan tidak terpenuhi, layanan dipandang mengecewakan dan berkualitas rendah. Studi penelitian yang menunjukkan bagaimana, antara lain, kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan memberikan kepercayaan terhadap hal ini. Namun penelitian yang dilakukan oleh Widodo (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang buruk berdampak buruk pada kepuasan konsumen.

Selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas. Kotler (2016) mendefinisikan fasilitas sebagai semua peralatan fisik yang ditawarkan oleh penyedia layanan untuk kenyamanan pelanggan mereka. Fasilitas terdiri dari kebersihan lokasi, desain, interior, dan aspek eksternal. Kepuasan pelanggan dalam industri jasa secara signifikan dipengaruhi oleh fasilitas. Pelanggan akan lebih senang dan lebih sering mengunjungi angkringan jika fasilitasnya lebih lengkap dan unggul. Penelitian yang menunjukkan bahwa fasilitas memiliki dampak yang baik terhadap kepuasan konsumen, seperti: Fakhruddin (2021); Yendra (2021); Srijani (2017) dan

Utomo (2021). Namun, menurut penelitian lain, fasilitas berdampak buruk pada kepuasan konsumen (Dewantoro, 2020).

Lingkungan perusahaan juga berdampak pada kepuasan pelanggan. Lingkungan layanan adalah pengaturan di mana penyedia layanan dan pelanggan menawarkan layanan satu sama lain. Rusdina (2015), lingkungan hidup adalah suatu medium tempat makhluk hidup hidup, menemukan diri, dan memiliki sifat serta fungsi tertentu yang berkaitan erat dengan keberadaan makhluk hidup yang menghuninya, terutama manusia yang berperan lebih bernuansa dan signifikan. Termasuk juga segala kondisi yang ada didalam lingkungan tersebut. Lingkungan fisik dan lingkungan non-fisik adalah dua kategori yang membentuk lingkungan. Kepuasan pelanggan akan dihasilkan dari suasana yang hebat. Temuan penelitian, yang menunjukkan bahwa lingkungan memiliki dampak positif pada kebahagiaan pelanggan, mendukung hal ini antara lain Widiarti (2017); Ulandari (2019) dan Andhika (2019). Akan tetapi ada penelitian yang menyatakan kualitas lingkungan berpengaruh negatif (Saputri, 2020).

Kotler & Keller (2018) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai emosi kebahagiaan atau kekecewaan seseorang yang dibawa oleh perbandingan antara kinerja aktual produk dan harapan mereka. Jika perusahaan jasa mampu menjaga faktor-faktor tersebut maka konsumen akan puas dengan perusahaan tersebut. Pelanggan akan puas dengan perusahaan jika cara penyedia layanan memberikan layanan mereka kepada mereka

sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan. Bahkan jika mereka menerima tawaran dari bisnis lain, klien yang senang akan tetap bersama perusahaan.

Penelitian ini merupakan tindak lanjut dari penelitian Adawia (2020) yang menemukan bahwa pelanggan lebih puas apabila pelayanan dan fasilitas memiliki kualitas yang bervariasi. Karena penelitian sebelumnya telah menyarankan untuk memasukkan variabel lain, maka peneliti dalam penelitian ini memasukkan variabel lingkungan. Widiarti (2017) menjelaskan bahwa lingkungan mempengaruhi kebahagiaan pelanggan dengan cara yang menguntungkan. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang ada.

Sehubungan dengan konteks tersebut di atas, penulis akan melakukan penelitian di lokasi studi yang dipilih dengan cermat tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Faktor Lingkungan terhadap Kepuasan Konsumen. Angkringan King's Matador Majenang menjadi tempat penelitian. Karena berbeda dengan angkringan pada umumnya dan memiliki konsep kekinian, angkringan ini dipilih. Selain itu, usaha angkringan di Majenang berkembang semakin pesat. Berdasarkan beberapa hal tersebut, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Faktor Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan King's Matador Majenang)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen ?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah faktor lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen?

C. Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada rumusan masalah diatas maka dibuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian dilakukan di Angkringan King's Matador Majenang.
2. Responden adalah konsumen Angkringan King's Matador Majenang.
3. Waktu penelitian dari bulan November 2022 sampai dengan Juni 2023.
4. Variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan faktor lingkungan.

D. Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan penulisan dari sudut pandang masalah yang telah dirumuskan:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan, fasilitas, dan faktor lingkungan terhadap kepuasan konsumen Angkringan King's Matador Kota Majenang..
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Angkringan King's Matador Kota Majenang.

3. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen Angkringan King's Matador Kota Majenang .
4. Mengetahui pengaruh faktor lingkungan terhadap kepuasan konsumen Angkringan King's Matador Kota Majenang.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi literatur untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh kualitas layanan, aksesibilitas, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dalam bidang ilmu pemasaran dan ilmu manajemen, khususnya dalam mata kuliah manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan angkringan sebagai acuan untuk memilih inovasi terbaik dalam upaya meningkatkan kepercayaan konsumen dengan tetap memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kenikmatan pengunjung di angkringan guna meningkatkan penjualan. Selain itu, ia dapat menawarkan data yang akan diperhitungkan saat membuat keputusan tentang peraturan yang akan datang.

- b. Akademis

Temuan penelitian ini dapat menginformasikan penelitian masa depan pada aspek-aspek seperti manajemen perusahaan, kualitas

layanan, dan lokasi. Penelitian ini juga sebagai syarat kelulusan program sarjana manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP.

