

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Giggle box cafe & resto merupakan sebuah cafe yang didirikan pada tanggal 10 Februari 2010 dengan mengusung konsep bergaya *American Style* sehingga memberikan kesan *homey* layaknya seperti di rumah sendiri. Setelah tujuh taun berdiri, Giggle box cafe & resto yang berpusat di Jalan Progo no. 33, Bandung kini telah memiliki 8 cabang yang tersebar di pusat perbelanjaan di kota Bandung yaitu di Bandung Indah Plaza, Cihampelas Walk, Miko Mall, Festival City Link, Braga City Walk, Istana Plaza, Jalan Setiabudhi, dan Jalan Terusan Buah Batu no. 44A, Bandung.

Giggle box cafe & resto memiliki bangunan berbentuk kotak sama seperti namanya dengan mengedepankan konsep desain interior yang didominasi dengan *furniture* berbahan rotan dengan paduan gradasi warna *soft* yang bertujuan untuk memberikan kesan *vintage* ketika pengunjung berada di dalam ruangan. Untuk menambah kesan *vintage*, bagian atas atap cafe seperti dibiarkan pembuatannya belum selesai (*unfinished*) dengan dinding-dinding yang banyak terdapat lukisan atau foto orang-orang eropa bergaya pakaian konvensional, sehingga cafe ini terkesan sangat kental berasa *vintage*. Disamping itu, Giggle box cafe & resto mengusung konsep *homey* yang didesain layaknya di sebuah rumah. Tiap lantai mengandung seni dekorasi yang berbeda. Di lantai pertama dibuat seperti ruang tamu dengan terdapat meja, kursi, sofa dan beberapa rak yang berisi buku, majalah dan berbagai barang-barang rumahan. Di lantai dua terdapat kursi-kursi yang disusun rapih seperti ruang kerja dengan *wallpaper* bergaya *vintage* yang dibuat semenarik mungkin untuk menambah kesan nyaman dan santai.

Giggle box cafe & resto mengusung makanan bergaya *western* dengan tetap menjaga keseimbangan dan kesadaran akan asupan nutrisi, sehingga pengunjung tidak perlu khawatir untuk menyantap menu pada Giggle box cafe & resto. Sentuhan cita rasa tinggi dibalut dengan segudang pengalaman memasak selama 7

tahun, telah banyak memanjakan lidah pelanggan yang berkunjung dengan menu andalan yang dimiliki seperti *crispy chicken Maryland*, *Beef Schinitzel with BBQ Sauce* dan *Super Duper Burger* yang sangat banyak diminati oleh pengunjung setia Giggle box cafe & resto yang hanya sekedar ingin bersantai untuk menyelami dunia maya melalui fasilitas *free Wifi* yang semakin menambah suasana nyaman dan membuat pengunjung ingin sedikit berlama – lama selama berkunjung.

Banyaknya minat konsumen yang ingin memiliki waktu lebih untuk berada di Giggle box cafe & resto. Menyambut permintaan tersebut, Giggle box cafe & resto kini memperpanjang jam operasional dalam satu minggu. Cafe ini menyasar segmen pada pelajar atau mahasiswa, keluarga, eksekutif muda, birokrat, dan juga politisi, yang diharapkan dapat menjadi cafe terdepan dikelasnya dengan menawarkan konsep dan tempat yang nyaman dan inovatif dengan segala detail *interior* dan *exterior* yang diberikan kepada pengunjung.

#### **1.1.1. Visi dan Misi Giggle Box Cafe & Resto**

Adapun Visi dan Misi untuk menunjang kinerja yang menjadi tujuan serta patokan para *stakeholder* dan *shareholder* dari Giggle Box Cafe & Resto yakni sebagai berikut :

##### **a. Visi**

Menciptakan kesenangan bagi orang yang akan makan di Giggle Box Cafe & Resto.

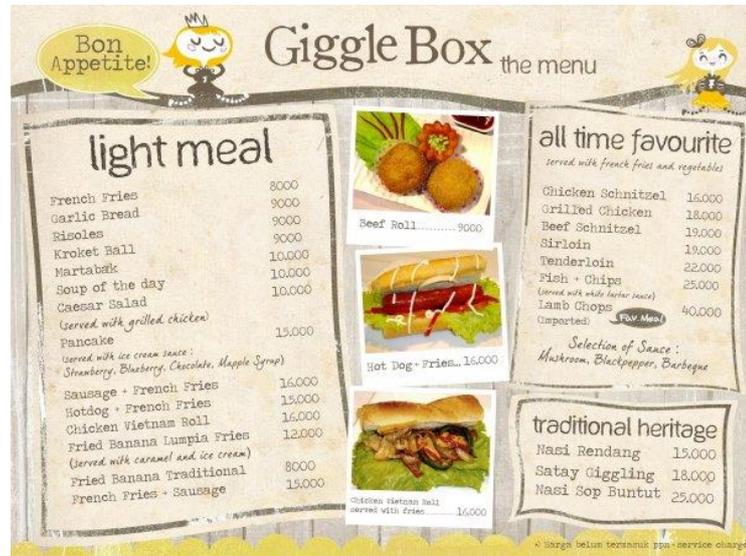
##### **b. Misi**

1. Menyediakan makanan yang baik dengan harga yang terjangkau
2. Menyediakan makanan yang berkualitas

#### **1.1.2. Jenis Produk Giggle Box Cafe & Resto**

Sejak tahun 2010 Giggle Box Cafe & Resto mulai berkembang bukan hanya menjual Makanan *Light Meal* yang merupakan makanan ringan seperti *French Fries*, *Garlic Bread*, *Popcorn Chicken*, risoles, martabak dan kroket namun juga berbagai menu makanan bergaya *Western* dan *Asian* yang sesuai dengan keinginan

dari rata-rata konsumen yang datang, adapun jenis menu yang ditawarkan sebagai berikut :



GAMBAR 1.1

**Menu Aneka Cemilan Giggle Box Cafe & Resto**

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017



GAMBAR 1.2

**Menu Aneka Makanan Utama**

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017



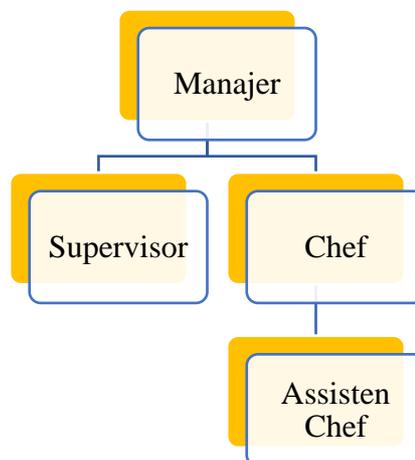
**GAMBAR 1.3**

**Menu Aneka Minuman Giggle Box Cafe & Resto**

*Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017*

**1.1.3. Struktur Organisasi**

Berikut gambaran mengenai struktur organisasi Giggle Box Bandung yang terlampir pada Gambar 1.4:



**GAMBAR 1.4**

**Struktur Organisasi Giggle Box Cafe & Resto**

*Sumber: Wawancara, diperoleh 19 Februari 2017*

Pada Gambar 1.4. diketahui bahwa dalam menjalankan bisnisnya Giggle Box Cafe & Resto dipimpin oleh seorang Manager yang bertugas untuk memberikan Keputusan mengenai strategi yang tepat untuk diimplementasikan kepada pengunjung. Dibawah Manager terdapat *Supervisor* dan *Chef* yang dihubungkan dengan garis komando. Posisi *Supervisor* dan *Chef* berada pada satu level dengan tugas dan fungsi yang berbeda. Dibawah *Chef* terdapat *Assisten Chef* yang bertugas untuk membantu tugas dan kewajiban *Chef*.

#### 1.1.4. Logo



**GAMBAR 1.5**

#### **Logo Giggle Box Cafe & Resto**

*Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017*

#### **Makna Logo :**

Logo Giggle Box Cafe & Resto terdiri dari :

- Warna coklat adalah warna bumi, memberikan kesan hangat, nyaman, dan aman. Yang dimana melambangkan proses pelayanan Giggle Box Cafe & Resto.
- Warna orange adalah warna hangat dan ramah yang membuat orang merasa nyaman, dimana melambangkan pencapaian visi dan misi Giggle Box Cafe & Resto.
- Warna merah melambangkan gerakan mencapai visi dan misi perusahaan.

## 1.2. Latar Belakang

Di era perkembangan zaman yang semakin dinamis ini, terjadi perubahan gaya hidup pada beberapa tatanan kehidupan salah satunya adalah perubahan mendasar dalam pemenuhan kebutuhan hidup seperti makan. Banyak masyarakat di perkotaan memilih bukan hanya sekedar makan makanan yang lezat saja tetapi juga dapat mejadi tempat untuk berkumpul dengan kerabat atau keluarga. Sama seperti masyarakat di kota lain di Indonesia, masyarakat Kota Bandung kini memiliki kegemaran untuk pergi mencari tempat makan dengan menyajikan konsep yang menarik yang biasa di sebut cafe & resto. Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan cafe & resto di Kota Bandung yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun seperti pada data dibawah ini:

**TABEL 1.1**

**Pertumbuhan cafe & resto di Kota Bandung pada periode 2008 – 2015**

Tahun	Jumlah	Persentase Kenaikan
2011	191	2,68%
2012	196	2,61%
2013	235	19,89%
2014	432	49,8%
2015	653	51,2%

Sumber : <http://Bandungkota.bps.go.id/>,2017.

Tabel 1.1. menunjukkan bahwa saat ini peta persaingan di bidang kuliner khususnya pada cafe & resto sangat ketat, bisa dipastikan dalam beberap taun kedepan jumlah cafe & resto akan semakin bertambah lagi jumlahnya, tentunya dengan semakin banyaknya cafe & resto yang tersebar di Kota Bandung, maka diperlukan suatu konsep pemasaran yang berbeda dari pesaing, salah satu hal yang dapat ditempuh perusahaan agar mampu bertahan dalam persaingan yang ketat yaitu meningkatkan kualitas produk, memberikan harga yang kompetitif dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Peranan kualitas pelayanan dalam perusahaan sangatlah penting karena sebagai penggerak utama seluruh kegiatan atau aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya, baik untuk memperoleh keuntungan maupun untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam mempertahankan kegiatannya dimulai dari manusia itu sendiri dalam mempertahankan perusahaan dalam meningkatkan kinerja secara maksimal.

Perusahaan harus memiliki daya tarik dan memberikan citra yang baik dimata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan berkualitas. Melihat keadaan tersebut, perusahaan harus berusaha untuk memperbaiki keadaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya masyarakat sebagai konsumen akan pindah ke perusahaan yang lain.

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam suatu perusahaan. Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada kosumen, perusahaan harus memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya.

Adhiyanto (2012), menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dalam suatu perusahaan akan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan. Kualitas layanan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai sikap konsumen yang berkaitan dengan hasil dari perbandingan antara harapan dari layanan dengan persepsinya terhadap kinerja aktual. Kualitas layanan merupakan segala kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar sesuai harapan mereka (Purbarani, 2013).

Hal yang sangat penting agar bisnis tetap bertahan dan maju, dengan memberikan layanan terbaik agar kepuasan pelanggan terpenuhi (Istianto dan Tyra, 2011). Ketatnya persaingan pada saat ini membuat perusahaan harus mampu bertahan dan selalu mencoba memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat menarik perhatian dan mempertahankan pelanggannya (Vranakis et al., 2012).

Menurut Lupiyoadi (2013:228) Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa yang diberikan. Apabila jasa pelayanan berada dibawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain dan pindah kepada pelaku usaha atau perusahaan lain. Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pada pelanggan harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik dimasa mendatang dan perusahaan perlu lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen saling berinteraksi satu sama lain. Agar dapat bertahan dalam persaingan didunia bisnis saat ini, perusahaan harus menarik konsumen yang baru, salah satu caranya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen sehingga tercipta rasa kepuasan konsumen.

Salah satu café yang hadir diantara banyaknya café yang ada di Kota Bandung adalah Giggle Box Café & Resto yang berlokasi di Jalan Progo No. 33, Citarum, Bandung. Giggle Box Café & Resto tidak hanya menjual makanan khas Indonesia akan tetapi menjual makanan westren yang semakin menambah variasi makanan yang ditawarkan kepada konsumen.

Fenomena yang terjadi saat ini pada Giggle Box Café & Resto adalah kepuasan pelanggan pada tingkat layanan yang diberikan kepada pelanggan belum mampu memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen. Faktor kelambanan dalam menyediakan layanan seperti penyajian makanan membuat kejenuhan bagi konsumen. Yang seharusnya makanan tersaji cepat, namun terkadang tersaji hingga overtime. Disisi lain penyajian minuman yang terkadang tersaji lebih dahulu tidak

berbarengan dengan penyajian makanan membuat konsumen tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

Disamping itu terdapat ke kurangpuasan yang diakibatkan oleh *additional services* pada Giggle Box Café & Resto berupa fasilitas wifi yang dinilai lambat dan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen. Hal ini tentunya dapat membuat konsumen yang semula ingin berlama-lama di Giggle Box Café & Resto, tetapi karena lambatnya koneksi internet yang tersedia, konsumen justru akan langsung pergi setelah mereka menghabiskan makanan. Sejatinya ketika konsumen memilih cafe & resto, mereka tidak hanya mengacu kepada cita rasa yang terbaik melainkan segala atribut pelayanan yang diberikan akan dapat memenuhi kepuasan pelanggan dan pada akhirnya akan merekomendasikan kepada orang lain. Selain itu, banyak konsumen yang tidak puas dengan porsi menu yang tertera pada gambar yang tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya, hal ini tentunya akan membuat konsumen berpindah untuk memilih Café & Resto yang lain dengan menawarkan pelayanan yang lebih baik.

**TABEL 1.2**

**Data Jumlah Konsumen Giggle Box Café & Resto Outlet Progo Tahun 2015**

Bulan	Jumlah Konsumen	Pertumbuhan
<b>Januari</b>	4300 orang	460 orang
<b>Februari</b>	4760 orang	
<b>Maret</b>	5250 orang	490 orang
<b>April</b>	5520 orang	590 orang
<b>Mei</b>	5860 orang	340 orang

*Sumber* : Store Manager, Giggle Box Café & Resto Outlet Progo, 2017

Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terdapat permasalahan yang terjadi dimana jumlah konsumen pada bulan Mei mengalami penurunan sebanyak 340 orang. Tidak seperti bulan Januari ke Februari pertumbuhan konsumen mencapai 460 orang, Februari dan Maret pertumbuhan konsumen mencapai 490 orang, Maret dan April pertumbuhan konsumen mencapai 590 orang.

Kenaikan jumlah konsumen yang tidak stabil ini diduga dipengaruhi oleh kurangnya kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan pada Giggle Box Café & Resto yang berakibat pada menurunnya jumlah pengunjung. Saat ini banyak Café & Resto yang mengutamakan dan mengedepankan pelayanan yang prima kepada konsumen. Hal ini berakibat pada pangsa pasar dimana konsumen akan cenderung memilih untuk mencari pengalaman makan dengan segala pelayanan yang terbaik yang lebih memuaskan di Café & Resto yang lain.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimum perusahaan harus memperhatikan produk dan jasa yang dihasilkan, dan menyadari pentingnya kualitas layanan pada konsumen. Perusahaan lebih mudah memberikan kepuasan kepada konsumennya jika mampu memahami perilaku konsumen. Kepuasan pelanggan Giggle Box Cafe & Resto salah satunya ditentukan oleh keunggulan dari layanannya bagi dari segi kenyamanan dan keamanan dalam layanannya, termasuk keramahan dari para pelayan Giggle Box Cafe & Resto dan suasana cafe yang memberikan kenyamanan.

Salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan cara memberikan layanan yang memuaskan dan membuat kesan terhadap pelanggan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan secara tepat, Giggle Box Cafe & Resto diharapkan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan, sehingga dapat tercipta kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia merupakan aset penting bagi perusahaan, sebab jika perusahaan kehilangan pelanggannya, maka bukan saja akan kehilangan penjualan dimasa akan datang tetapi perusahaan juga akan kehilangan pendapatan dari transaksi dengan konsumen yang merasa tidak puas terhadap perusahaan.

Saat ini Giggle Box Cafe & Resto berpusat di Jalan Progo Bandung dan memiliki 8 cabang yang tersebar di Bandung dan Semarang. Dengan banyaknya cabang yang dibuka oleh Giggle Box Cafe & Resto maka Penulis tertarik untuk mengambil judul **“Tinjauan Mengenai Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Layanan Giggle Box Cafe & Resto Bandung Tahun 2017”**.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dirumuskan permasalahan yang ingin diungkap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen (kenyataan) terhadap kualitas layanan Giggle Box Cafe & Resto?
2. Bagaimana harapan terhadap kualitas layanan Giggle Box Cafe & Resto?
3. Bagaimana tingkat kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan Giggle Box Cafe & Resto?
4. Bagaimana analisis *Importance Performance Analysis* dari masing - masing atribut kualitas layanan dari Giggle Box Cafe & Resto?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui tujuan penelitian yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen (kenyataan) terhadap kualitas layanan Giggle Box Cafe & Resto.
2. Untuk mengetahui harapan konsumen terhadap kualitas layanan Giggle Box Cafe & Resto.
3. Untuk mengetahui tingkat kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan Giggle Box Cafe & Resto.
4. Untuk mengetahui hasil analisis *Importance Performance Analysis* dari masing – masing atribut kualitas layanan dari Giggle Box Cafe & Resto.

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna untuk seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan untuk praktisi atau pelaku bisnis yang lain.

#### 1.5.1 Aspek Akademis

- a) Bagi Penulis, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang peningkatan kualitas layanan berdasarkan kepuasan pelanggan serta membandingkan keadaan fakta di lapangan dengan teori-teori yang ada.
- b) Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang akan digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
- c) Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan sebagai salah satu sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

#### 1.5.2 Aspek Praktis

- a) Memberikan sumbangan pemikiran kepada Giggle Box Cafe & Resto tentang bagaimana mengukur tingkat kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi organisasi atau perusahaan mengenai komponen-komponen penting pada *servqual* yang perlu diperhatikan dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan di perusahaan khususnya pada Giggle Box Cafe & Resto sebagai objek penelitian ini

### **1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir dalam penelitian ini.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dan teori penunjang dalam memecahkan masalah yang dihadapi, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta ruang lingkup penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab dan menjelaskan masalah penelitian.

## **BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Menjelaskan cara pengumpulan data melalui kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh koresponden serta pengolahan dengan menggunakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya dan dijelaskan mengenai analisa dari hasil pengolahan data berdasarkan data yang diperoleh.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dan analisa persoalan tersebut yang selanjutnya dikemukakan saran-saran berkaitan dengan hasil penelitian

