

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner, khususnya usaha warung kopi (warkop), mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Aktivitas minum kopi tidak lagi hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi telah menjadi sarana bersosialisasi, berdiskusi, hingga bekerja secara informal. Kondisi ini menyebabkan meningkatnya jumlah pelaku usaha warkop, baik berskala modern maupun tradisional, sehingga persaingan antar usaha sejenis menjadi semakin ketat. Pertumbuhan ini didorong oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin selektif dalam memilih tempat untuk menghabiskan waktu luang mereka. Negara Indonesia, sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, mengalami ledakan konsumsi kopi domestik yang luar biasa.

Kecamatan Menganti merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Gresik yang mengalami pertumbuhan pemukiman dan aktivitas ekonomi yang cukup signifikan. Hal ini menjadikan Menganti sebagai pasar potensial bagi usaha warkop. Namun, tingginya peluang pasar tersebut diikuti dengan meningkatnya jumlah warkop yang menawarkan konsep, menu, dan fasilitas yang beragam. Dalam situasi ini, pelaku usaha dituntut untuk mampu memberikan nilai lebih agar dapat mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam keberlangsungan usaha warkop. Pelanggan yang merasa puas cenderung

melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat berdampak pada menurunnya jumlah kunjungan dan citra usaha. Kepuasan pelanggan tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dirasakan langsung oleh pelanggan selama berada di warkop.

Secara khusus, Warkop Abah *Coffee* menghadapi kondisi jumlah kunjungan pelanggan yang cenderung fluktuatif dan belum stabil dari waktu ke waktu. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan belum sepenuhnya optimal. Dari sisi fasilitas yang memiliki pemahaman adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas mencakup semua perlengkapan fisik yang disediakan untuk mempermudah dan memberikan kenyamanan kepada pelanggan (Priangani, 2013). Dari apa yang terlihat di lokasi masih terdapat kendala terkait konsistensi kenyamanan tempat, ketersediaan *Wi-Fi*, kebersihan area warkop, serta sarana pendukung lainnya yang pada waktu tertentu belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan. Faktor fasilitas ini berperan penting karena berkaitan langsung dengan kenyamanan pelanggan selama berada di warkop. Variasi produk dimana memiliki pengertian segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Variasi produk merujuk pada keanekaragaman pilihan menu, ukuran, dan jenis yang disediakan oleh perusahaan (Dela & Widya, 2025). Di lokasi kegiatan usaha terlihat jelas, menu makanan dan minuman yang tersedia dinilai belum selalu beragam pada waktu-

waktu tertentu, sehingga pilihan pelanggan menjadi terbatas dan berpotensi menimbulkan kejenuhan. Kurangnya variasi produk dapat memengaruhi minat pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Sementara itu, dari aspek pelayanan dipahami adalah aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan secara konsisten (Syarif Maulana, 2016). Sehingga, aspek ini mengandalkan kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam melayani pelanggan yang terlihat belum selalu optimal, terutama pada jam-jam ramai. Hal ini dapat menurunkan tingkat kenyamanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Warkop Abah *Coffeee* adalah bagaimana mengoptimalkan keterbatasan sumber daya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin agresif. Dari penelitian awal terdapat keluhan subjektif dari beberapa pelanggan mengenai ketersediaan stok menu tertentu pada waktu-waktu tertentu dan kecepatan pelayanan saat kondisi ramai, yang secara langsung berdampak pada kenyamanan mereka. Penelitian lebih lanjut sangat diperlukan karena adanya pergeseran perilaku konsumen pasca-pandemi, di mana standar kebersihan dan kenyamanan ruang publik menjadi lebih tinggi. Tanpa adanya evaluasi berbasis data kuantitatif, manajemen Warkop Abah *Coffeee* akan sulit menentukan prioritas perbaikan yang paling berdampak atau yang utama pada kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan, namun sering kali dilakukan pada kafe premium atau hotel berbintang. Terdapat kesenjangan (*research gap*) di mana penelitian pada level UMKM warkop lokal di wilayah suburban seperti Menganti masih sangat terbatas. Selain itu, variabel variasi produk jarang diintegrasikan secara bersamaan dengan fasilitas dan pelayanan dalam satu model penelitian kuantitatif di konteks warkop lokal. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memberikan fokus pada karakteristik spesifik pelanggan warkop di wilayah Menganti. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan mengukur secara akurat seberapa besar kontribusi masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan, sehingga memberikan gambaran yang lebih objektif dibandingkan sekadar asumsi manajerial.

Secara praktis, bagi pemilik Warkop Abah *Coffee*, hasil penelitian ini diharapkan menjadi panduan strategis dalam melakukan inovasi menu dan perbaikan fasilitas berdasarkan kebutuhan nyata pelanggan. Keputusan bisnis yang diambil nantinya akan lebih berbasis data (*data-driven decision making*), sehingga risiko kerugian akibat investasi fasilitas yang tidak tepat sasaran dapat diminimalisir. Bagi sektor UMKM di Kecamatan Menganti secara umum, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam meningkatkan daya saing ekonomi lokal. Standardisasi kualitas yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dicontoh oleh pelaku usaha lain untuk menciptakan ekosistem bisnis kuliner yang lebih sehat dan berkelanjutan di wilayah Kabupaten Gresik sehingga

penulis mengangkat judul “**Pengaruh Fasilitas, Variasi Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop Abah Coffee Kecamatan Menganti**” pada penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Abah Coffee Kecamatan Menganti?
2. Apakah variasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Abah Coffee Kecamatan Menganti?
3. Apakah pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Abah Coffee Kecamatan Menganti?
4. Apakah fasilitas, variasi produk, dan pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Abah Coffee Kecamatan Menganti?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini memiliki arah yang jelas dan pembahasan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka batasan masalah dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada objek Warkop Abah *Coffeee* Kecamatan Menganti, sehingga hasil penelitian hanya berlaku pada objek tersebut dan tidak digeneralisasikan pada usaha warkop lainnya.
2. Penelitian ini hanya membahas kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y), yaitu penilaian pelanggan setelah menerima fasilitas, variasi produk, dan pelayanan yang diberikan oleh Warkop Abah *Coffeee*.
3. Variabel bebas dalam penelitian ini dibatasi pada fasilitas (X1), yang meliputi kenyamanan tempat duduk, kebersihan area warkop, ketersediaan Wi-Fi, serta sarana pendukung lainnya yang dirasakan langsung oleh pelanggan.
4. Variabel bebas selanjutnya adalah variasi produk (X2), yang dibatasi pada keberagaman menu makanan dan minuman, kelengkapan pilihan menu, serta ketersediaan produk pada waktu tertentu.
5. Variabel bebas berikutnya adalah pelayanan (X3), yang dibatasi pada kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, dan ketanggapan dalam melayani kebutuhan pelanggan.
6. Responden dalam penelitian ini dibatasi pada pelanggan yang melakukan kunjungan langsung ke Warkop Abah *Coffeee* selama periode penelitian berlangsung.
7. Penelitian ini tidak membahas faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti harga, promosi, lokasi usaha, maupun karakteristik pribadi pelanggan.

Dengan adanya Batasan masalah tersebut, diharapkan penelitian dapat dilakukan secara lebih fokus, terarah, dan sesuai dengan judul serta rumusan masalah penelitian.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah. Dengan itu, yang menjadi tujuan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Abah *Coffeee* Kecamatan Menganti.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Abah *Coffeee* Kecamatan Menganti.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Abah *Coffeee* Kecamatan Menganti.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas, variasi produk, dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Abah *Coffeee* Kecamatan Menganti.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Pengembangan Ilmu Manajemen: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen

pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen di sektor UMKM kuliner warung kopi.

2. Referensi Penelitian Selanjutnya: Sebagai bahan rujukan atau referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan kajian serupa dengan variabel yang lebih luas atau pada objek penelitian yang berbeda di wilayah penyangga kota.
3. Verifikasi Teori: Menjadi sarana untuk membuktikan teori- teori pemasaran seperti *Service Quality (ServQual)* dan kepuasan pelanggan dalam konteks bisnis lokal/tradisional.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana fasilitas, variasi produk, dan pelayanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi pelanggan.
2. Membantu pemilik dalam menentukan prioritas perbaikan atau investasi (misalnya, apakah lebih penting menambah menu baru atau memperbaiki fasilitas Wi-Fi).
3. Memberikan gambaran mengenai tren keinginan pelanggan di wilayah Menganti, sehingga pelaku usaha lain dapat meningkatkan standar kualitas usaha mereka agar lebih kompetitif.
4. Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam praktik nyata di lapangan, serta menambah wawasan mengenai dinamika bisnis kuliner.