

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi global dan teknologi modern saat ini sangatlah pesat sehingga memberikan dampak kehidupan yang menjadi semakin lebih praktis dan ekonomis. Hal ini menyebabkan dalam dunia bisnis ikut berkembang dengan pesat. Setiap pelaku usaha harus bisa berusaha bertahan dan bersaing dengan menonjolkan keunggulan dan keunikan masing-masing. Perilaku usaha di setiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan pertama. Perkembangan bisnis di era teknologi saat ini banyak hal yang dapat merubah perilaku masyarakat diantaranya cenderung menuntut gengsi, kenyamanan, pelayanan yang memuaskan dan kualitas produk atau jasa yang berkualitas baik.

Sekian banyak *industry* yang berkembang di Indonesia, *industry café* adalah salah satu *industry* yang berkembang dengan peminatnya paling pesat. Fenomena gaya hidup khususnya remaja yang cenderung menyukai *hangout* atau nongkrong di *café* menjadi salah satu bentuk dari globalisasi yang berdampak signifikan terhadap cara hidup masyarakat. Setiap tahunnya perkembangan dan pertumbuhan jumlah gerai *café* yang dibuka di Indonesia selalu bertambah. Hal tersebut dikarenakan bisnis *café* termasuk bisnis yang menjanjikan dan dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu yang panjang. Dari sekian banyak jenis *café*, *coffee shop* merupakan salah satu jenis *café* yang paling menonjol dan paling banyak jumlahnya. Hal ini disebabkan oleh tingginya minat masyarakat yang menjadikan kopi sebagai bagian dari gaya hidup.

Bisnis *café shop* yang dulunya hanya menjual rasa makanannya di zaman sekarang sudah bukan *factor* utama lagi. Namun strategi *digital marketing café shop* justru sangat dibutuhkan agar dapat bersaing dengan *competitor*. Strategi *digital marketing café shop* biasanya menjadi media promosi dan *branding* secara *online* sehingga menjangkau target pasar yang luas. Fenomena sekarang sedang marak pelaku bisnis *café shop* melakukan promosi di media sosial terutama tiktok dengan saling menonjolkan suasana toko dengan *interior* dan *eksterior café* yang *instagramable*. Adanya fenomena tersebut disebabkan oleh masyarakat yang lebih tertarik untuk datang ke tempat *aesthetic* yang tidak hanya untuk mengopi saja melainkan lebih tertarik untuk foto atau membuat konten.

Menciptakan suasana toko (*store atmosphere*) yang *aesthetic* yang didukung dengan desain *interior* unik dan tersedianya fasilitas tambahan seperti *wifi*, dan *interior* yang menarik serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi konsumen dan bisa menjadi pilihan untuk menjadi pembeda diantara *café* lainnya pada akhirnya bisa mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan kepada konsumen. Sebagai mana dikutip oleh Berman dan Evans (2014:62) mereka mendefinisikan *store atmosphere* sebagai berikut “*Atmospheres refers to the store’s physical characteristic that are used to develop and image and draw customer for a non store based firm, atmosphere refers to physic characteristic of chatalogs, vending machines, web sites and so forth*. Suasana toko bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Memperhatikan *store atmosphere* dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan suasana toko yang memuaskan. Suasana toko yang baik akan membentuk citra di benak konsumen mulai dari penataan *interior* yang sesuai akan mempengaruhi emosi konsumen, dengan melibatkan panca indera seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, sentuhan dan rasa dapat membentuk citra yang positif bagi konsumen. Hal ini yang menjadikan para perusahaan bersaing untuk memiliki suasana toko semenarik mungkin. Suasana toko terdiri dari karakteristik fisik toko yang diciptakan perusahaan untuk menumbuhkan kesan menarik perhatian konsumen dan memberikan kenyamanan kepada konsumen.

Pentingnya *coffee shop* memperhatikan kepuasan konsumen karena dengan memperhatikan kepuasan konsumen pemilik *café shop* dapat mengetahui keluhan dari konsumen yang sudah menerima jasa atau produk dan dari keluhan tersebut pemilik usaha dapat memperbaiki bisnisnya.

Zaman sekarang alasan (petimbangan) konsumen memilih beberapa diantara *café* yang akan dikunjungi bukan hanya untuk sekedar makan dan minum saja tetapi ada pertimbangan lain konsumen berkunjung ke *café* yaitu atas dasar kenyamanan akan *atmosphere* (suasana). *Store atmosphere* ini merupakan strategi yang efektif untuk membuat konsumen merasakan kenyamanan sekaligus mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen yang berkunjung sehingga merangsang persepsi dan emosi untuk mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kota Bandung merupakan salah satu *trend centre* setelah Jakarta. Hal itu disebabkan kota Bandung menawarkan berbagai jenis hiburan wisata baik wisata sejarah, wisata alam, wisata belanja, hingga wisata kuliner. Salah satu bisnis wisata kuliner yang marak di kota Bandung adalah bisnis *coffee shop*. Sejak tahun 2019

perkembangan *coffee shop* meningkat pesat akibat minat masyarakat yang tinggi, terutama pada kalangan mahasiswa di zaman sekarang yang menjadikan *café* sebagai tempat berkumpul dan mengerjakan tugas.

Pelajar ataupun mahasiswa kota Bandung membutuhkan tempat berkumpul dan mengerjakan tugas (*co- working space*) dengan suasana baru, namun bukan hanya kalangan mahasiswa saja melainkan para pekerja kantoran juga banyak yang membutuhkan tempat untuk mengerjakan tugas kantornya ataupun tempat untuk *meeting* dengan suasa baru.

Adanya peluang tersebut para pembisnis *coffee shop* saling menonjolkan keunikan suasana *interior* dan *exterior* dengan konsep *café co-working space*. Berikut merupakan 10 daftar *coffee shop* yang menggunakan konsep *co-working space* dengan *rating* tertinggi.

**Tabel 1. 1 Daftar nama *coffee shop co-working space* di Kota Bandung**

NO	Nama <i>Coffee Shop</i>	Alamat
1.	EduPlex Coworking Space	Jl. Ir. H. Juanda No.84
2.	Rumah Marta Creative Working Space	Jl. R.A.A. Martha Negara No.102, Turangga, Lengkong
3.	BreawSpace Coffee	Jl. Prabu Dimuntur No.22
4.	Project Space	Jl. Venus Bar. No. 40
5.	Ruangduduk.co	Jl. Wayang No.2, Burangrang
6.	Monsoon Coffee & Cowork	Jl. Dr. Djunjuran BTC
7.	NextSPACE by UnionSPACE	Jl. Trunojoyo No.11
8.	LO.CO Space To Connect	Jl. Bukit Dago Selatan No.51
9.	Kolega Coworking Space Bandung	Jl. Veteran, Kb. Pisang, Sumur Bandung
10.	Work Coffee Indonesia	Jl. Sumbawa No.28

Sumber : *research google.com*

Pada tabel 1.1 diatas menjelaskan nama-nama *café* di kota Bandung yang menawarkan hidangan kopi dengan konsep ruang belajar. Dari beberapa daftar nama *café* diatas salah satunya yang paling populer dan banyak dikunjungi yaitu *Café Ruangduduk.co* di kota Bandung. *Café Ruangduduk.co* merupakan salah satu

*café* yang berada di kota Bandung yang berlokasi di jalan Burangrang No.33, Bandung. Yang mulai didirikan pada tanggal 29 Desember 2019. Ruangduduk.co sejak awal berdiri menawarkan konsep yang unik yaitu *Co-working space*, *café*, dan *meeting point*. Ruangduduk.co menghadirkan *café working space* dan *meeting point* karena belajar menjadi kebiasaan setiap pelajar di zaman sekarang dan anak muda biasa pergi ke *café* untuk mencari suasana baru. Sehingga keberadaan *Café* Ruangduduk.co dengan konsep *co-working space* dan *meeting point* ini sangat banyak diminati oleh kalangan pelajar dan pekerja. Keunikan lainnya yang diberikan oleh Ruangduduk.co yaitu dengan adanya fasilitas *interior* yang beda dari *café* lainnya yaitu menyediakan berbagai macam bentuk meja, kursi dan sofa dengan warna asli kayu dan meja yang berwarna putih sehingga menampilkan kesan mewah, nyaman dan menarik. Sehingga membuat kenyamanan kepada konsumen yang datang untuk mengerjakan tugas ataupun hanya sekedar mengopi saja.

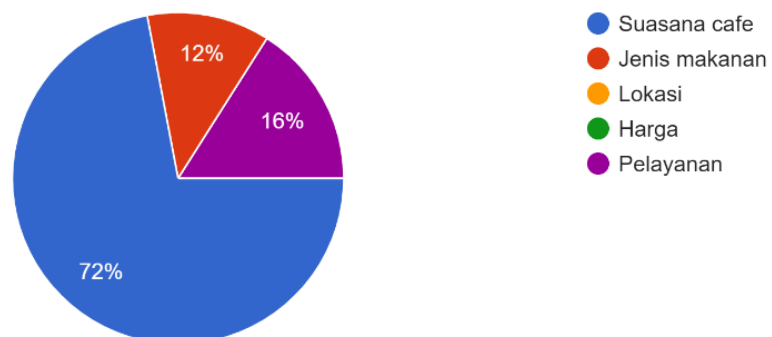
Bagian *exterior*nya menyediakan parkir yang cukup luas dan berbagi lahan dengan toko lain yang berdampingan dengan *café* tersebut. Bagian *general interior*nya Ruangduduk.co memberikan kesan kenyamanan dengan konsep ruang belajar dan ruang rapat dengan memadukan aksesoris dedaunan dan tata pencahayaan yang tidak terlalu terang dan tidak terlalu gelap yang memberikan arsitektur menarik bagi pengunjung yang datang dan menikmati *atmosphere* (suasana).

*Store layout*nya sendiri *Café* Ruangduduk.co menyediakan berbagai bentuk *layout* ruangan yaitu ruangan untuk nongkrong dengan bentuk tempat duduk berdiskusi, ruangan khusus untuk *meeting* yang tertutup dan ruang belajar dengan bentuk tempat duduk seperti meja belajar *sharing*. Namun tempat rapat yang

tersedia *whiteboardnya* bergabung dengan ruang nongkrong. Fasilitas lain yang disediakan *Café Ruangduduk.co* ini yaitu bantal leher, *whiteboard*, *infocus*, wi fi, stop kontak, musola, toilet yang *estetik* dan *printer* gratis untuk fasilitas *printer* ini kita harus membawa kertasnya sendiri.

Peneliti melakukan survey pendahuluan untuk mengetahui tanggapan konsumen yang berkunjung ke *Café Ruangduduk.co* mengenai alasan-alasan apa saja yang membuat konsumen ingin berkunjung ke *Café Ruangduduk.co*. Observasi awal dilakukan pada tanggal 21 Januari 2023. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini merupakan hasil oberservasi terdahulu :

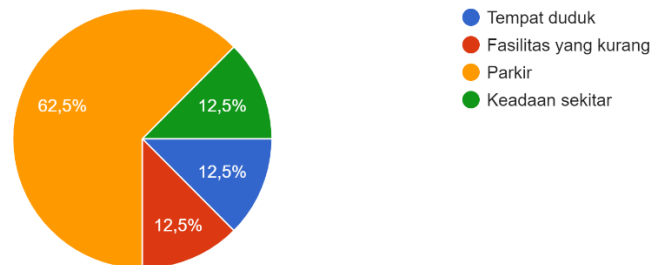
Alasan memilih untuk pergi ke Ruangdudu.co  
25 jawaban



**Gambar 1. 1 Alasan Konsumen Datang ke *Café Ruangduduk.co* Bandung**

Apakah ada kendala atau kekurangan di cafe Ruangduduk.co ini? Jika ada kendala mengenai apa yang anda rasakan

24 jawaban



**Gambar 1. 2 Tanggapan Konsumen Kendala di *Café Ruangduduk.co***

### **Bandung**

Setelah melakukan *survey* pendahuluan peneliti menyimpulkan dilihat dari grafik gambar diatas bahwa alasan utama konsumen datang mengunjungi ke *Café Ruangduduk.co* adalah karena suasana *cafe (store atmosphere)*. Karena dengan adanya *store* yang menarik dan menampilkan pembeda dari *café* lainnya membuat konsumen tertarik untuk berkunjung ke *Café Ruangduduk.co* dengan suasana *café* dengan konsep *co-working space* dan *meeting area*. *Café* lainnya hanya memberikan *atmosphere classic* yang hanya menyajikan *desain interior* selayaknya *café* biasa yang hanya menyajikan minuman ataupun makanan. Hal ini merupakan keunggulan yang dimiliki *Café Ruangduduk.co* untuk menarik konsumen berkunjung ke *Café Ruangduduk.co*.

Berdasarkan hasil *survey* di atas adanya permasalahan mengenai kepuasan pengunjung yang datang ke *Café Ruangduduk.co* di Bandung yaitu:

1. Konsumen memberi tanggapan yang paling banyak bahwa *Café Ruangduduk.co* kurangnya lahan parkir terutama parkir mobil, dikarena area parkir di *café* tersebut berbagi lahan dengan *store* lainnya sehingga

ketika terjadi pelunjakan konsumen yang datang ke *Café Ruangduduk.co* menjadi kesulitan dalam penggunaan lahan parkir.

2. Tanggapan konsumen lainnya memberikan tanggapan terhadap area sekitar, fasilitas dan tempat duduk, yang dimana *Café Ruangduduk.co* ini menyediakan tempat duduk yang terlalu banyak pada bagian ruangan *café* sehingga area sekitar menjadi terlalu ramai dan membuat fasilitas yang ada menjadi kurang seperti wifi yang tidak stabil sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dengan adanya permasalahan diatas yang dirasakan oleh konsumen terhadap kepuasan berkunjung ke *Café Ruangduduk.co* ini diduga belum optimalnya elemen-elemen dari *store atmosphere*:

1. *Exterior parking*, yaitu area parkir yang merupakan salah satu kenyamanan bagi pengunjung untuk menempatkan kendaraannya ketika berkunjung ke *café Ruangduduk.co*.
2. *General Interior* yaitu kurangnya memperhatikan jarak dan kapasitas tempat duduk. Sehingga membuat keadaan sekitar menjadi ramai akibat tempat duduk yang terlalu banyak. Hal ini dapat memungkinkan kepuasan konsumen menjadi kurang dikarenakan konsumen merasa tidak nyaman dalam mengerjakan tugasnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere Café* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Ruangduduk.Co Coffee Shop* di Bandung”**.



## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana gambaran umum *Café Ruangduduk.co* di Bandung?
- b. Bagaimana pelaksanaan *store atmosphere* dan kondisi kepuasan konsumen pada *Café Ruangduduk.co* di Bandung?
- c. Seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen *Café Ruangduduk.co* di Bandung?
- d. Bagaimana hambatan dan usaha-usaha yang dilakukan oleh *Café Ruangduduk.co* di Bandung dalam *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian melakukan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui gambaran umum pada *Café Ruangduduk.co* di Bandung.
- b. Untuk mengetahui pelaksanaan *store atmosphere* dan kondisi kepuasan konsumen pada *Café Ruangduduk.co* di Bandung.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen terhadap *Café Ruangduduk.co* di Bandung.
- d. Untuk mengetahui hambatan dan upaya apa saja yang dilakukan dalam mengatasi *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen yang ada pada *Café Ruangduduk.co* di Bandung.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukan penelitiannya ini diharapkan dapat memberi kegunaan :

#### A. Secara teoritis

Hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai sarana informasi dan referensi untuk penelitian lainnya terutama dampak kepuasan konsumen juga dapat dijadikan sebagai referensi perpustakaan bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Administrasi Bisnis Universitas Pasundan.

#### B. Secara praktis

##### 1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan ilmu pemasaran khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kepuasan konsumen.

##### 2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan *Coffee Shop Ruangduduk.co* untuk mengetahui besarnya pengaruh suasana *café* terhadap kepuasan konsumen.

##### 3. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca tentang pengaruh suasana *café* terhadap kepuasan konsumen.

## **1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.4.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di *Café Ruangduduk.co* yang beralamat di Jl. Wayang No.02 Burangrang Bandung.

### **1.4.2 Lamanya Penelitian**

Lamanya penelitian terhitung selama 6 bulan dimulai dari bulan Januari sampai bulan Juni 2023.

