

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kuliner merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang mengalami perkembangan cukup pesat di Indonesia, khususnya di kota-kota besar. Perkembangan tersebut didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadikan aktivitas konsumsi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman sosial dan hiburan. Masyarakat modern cenderung memilih tempat konsumsi yang tidak hanya menyediakan produk makanan dan minuman, tetapi juga mampu memberikan kenyamanan, suasana, dan pengalaman yang menarik. Kondisi ini menyebabkan persaingan dalam industri kuliner semakin kompetitif sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan inovasi dan memberikan nilai tambah bagi konsumennya.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki perkembangan industri kuliner cukup pesat. Sebagai kota wisata dan pusat aktivitas masyarakat urban, Bandung menjadi daerah yang memiliki daya tarik tinggi pada sektor kuliner. Hal tersebut dibuktikan dengan tingginya jumlah pelaku ekonomi kreatif di Kota Bandung, khususnya pada subsektor kuliner yang terus mengalami perkembangan setiap tahunnya.

Tabel 1. 1
Pelaku Ekonomi Kreatif 2025

No	Subsektor	Unit
1	Aplikasi	462
2	Arsitektur	134
3	Desain Komunikasi Visual	214

No	Subsektor	Unit
4	Desain Produk	272
5	Desain Interior	92
6	Fotografi	367
7	Musik	220
8	Kriya	696
9	Kuliner	1.500
10	Fesyen	1.140
11	Seni rupa	105
12	Penerbitan	107
13	Film animasi video	353
14	Iklan	105
15	Permainan Interaktif	9
16	Seni pertunjukan	83
17	Televisi dan Radio	109

Sumber: Disbudpar kota Bandung 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa subsektor kuliner menjadi subsektor dengan jumlah pelaku usaha terbanyak dibanding subsektor lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa industri kuliner memiliki potensi yang besar dan menjadi salah satu sektor unggulan dalam perkembangan ekonomi kreatif Kota Bandung. Selain itu, Pemerintah Kota Bandung juga mendukung perkembangan ekonomi kreatif melalui berbagai kebijakan dan program pengembangan usaha kuliner.

Perkembangan industri kuliner di Kota Bandung juga ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah usaha kuliner setiap tahunnya. Usaha kuliner meliputi rumah makan, restoran, dan *coffee shop* yang terus berkembang seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata kuliner.

Tabel 1. 2
Jumlah Usaha Kuliner di Kota Bandung Tahun 2020 – 2024

No	Tahun	Jumlah Usaha Kuliner	Persentase Perubahan
1	2020	1.449	0%
2	2021	1.340	-8%
3	2022	1.189	-11%
4	2023	2.068	74%
5	2024	3.975	92%

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung & Open Data Kota Bandung 2020-2024

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa jumlah usaha kuliner di Kota Bandung mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Setelah mengalami penurunan pada tahun 2021 dan 2022 akibat dampak pandemi *Covid-19*, jumlah usaha kuliner kembali meningkat pada tahun 2023 dan mengalami kenaikan yang sangat pesat pada tahun 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa industri kuliner masih memiliki peluang usaha yang besar serta tingginya minat masyarakat terhadap sektor kuliner di Kota Bandung.

Salah satu jenis usaha kuliner yang mengalami perkembangan cukup pesat yaitu *coffee shop*. Seiring perkembangan zaman, *coffee shop* tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga sebagai tempat bersosialisasi, bekerja, berdiskusi, hingga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban. Kondisi tersebut menyebabkan banyak pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan konsep *coffee shop* yang menarik dan berbeda untuk menarik perhatian konsumen.

Tabel 1. 3
Jenis Usaha Kuliner Cafe Kota Bandung Tahun 2024 – 2025

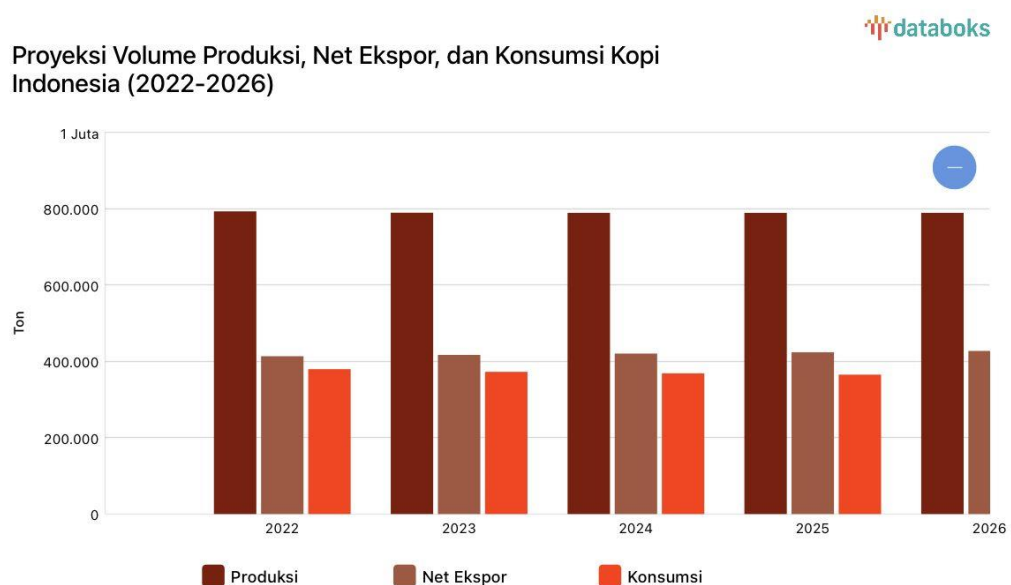
No	Jenis Industri Kuliner	Tahun	Unit
1	Cafe	2024	594
		2025	683

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2024-2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah usaha café di Kota Bandung mengalami peningkatan dari tahun 2024 ke tahun 2025. Pertumbuhan *coffee shop* yang semakin pesat menyebabkan tingkat persaingan antar *café* menjadi semakin tinggi. Oleh karena itu, pelaku usaha *coffee shop* dituntut untuk mampu memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan melalui suasana tempat, fasilitas, pelayanan, maupun kualitas produk yang ditawarkan.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri *coffee shop* global juga mengalami perkembangan yang signifikan seiring meningkatnya konsumsi kopi dan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan. Kedai kopi tidak lagi hanya dijadikan tempat menikmati minuman, tetapi juga menjadi pusat kegiatan sosial, profesional, dan komunitas. Fenomena tersebut juga terjadi di Indonesia, khususnya di Kota Bandung yang dikenal sebagai salah satu kota dengan perkembangan *coffee shop* yang cukup pesat.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, industri kopi di Indonesia menunjukkan potensi yang besar baik dari sisi produksi maupun konsumsi. Indonesia sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pasar domestik maupun internasional. Meningkatnya minat masyarakat terhadap konsumsi kopi menyebabkan pertumbuhan bisnis *coffee shop* semakin berkembang, khususnya di kalangan generasi muda dan masyarakat perkotaan.



Gambar 1. 1 Produksi Kopi Indonesia 2022-2026

Sumber: databoks.katadata.co.id

Perkembangan *coffee shop* yang semakin pesat menyebabkan persaingan bisnis menjadi semakin kompetitif. Pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk yang berkualitas, tetapi juga harus mampu menciptakan kenyamanan dan pengalaman positif bagi pelanggan. Dalam bisnis *coffee shop*, bukti fisik dan orang menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Bukti fisik meliputi desain interior, tata ruang, fasilitas, dan kenyamanan *coffee shop*, sedangkan orang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha *coffee shop*. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan *coffee shop* kepada orang lain. Sebaliknya, apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap fasilitas maupun pelayanan yang diberikan, maka dapat menurunkan minat pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang.

Salah satu café yang berada di Kota Bandung adalah Diamond Coffee Lounge yang berlokasi di Apartment Gateway, Tower Diamond Lantai G No.07 Kota Bandung. Diamond Coffee Lounge merupakan *coffee shop* yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi dan makanan ringan dengan konsep *coffee shop* modern. Namun, di tengah persaingan *coffee shop* yang semakin ketat, Diamond Coffee Lounge menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan dan kunjungan ulang konsumen.

Tabel 1. 4
Data Coffeshop Pesaing kafe Diamond Coffee Lounge Kota Bandung

No	Brand Coffeshop	Alamat	Rating
1	D'Ory Coffee	Apartment Gateway, Kios tower diamond, A-BS 25, Pasteur, Kota Bandung	5,0

No	Brand Coffeshop	Alamat	Rating
2	Jaya Berkah Coffee	Apartment Gateway, Emerlad B-8 Jl. A. Yani Lantai LG, Cicadas, Cibeunying Kidul, Kota Bandung	5,0
3	Kopi Saudagar	Belakang KFC Gateway, Cicadas, Cibeunting Kidul, Kota Bandung	5,0
4	Majjana Kopi	Gateway Pasteur Apartmen Kios Jade C GF No. 1, Sukaraja, Cicendo, Kota Bandung	5,0
5	DAYBREAK Cafe	Apartment Landmark, Jl. Industri No. 15 R-B, Arjuna Kec. Cicendo, Kota Bandung	5,0
6	Kedaiyups	The Suite Apartment Blok AGF, No 17, Jl. Soekarno Hatta No. 689 B, Kota Bandung	5,0
7	Kopi Enak Pisan	Apartment Gateway, Area Lobby, Cicadas, Cibeunying Kidul, Kota Bandung	4,9
8	Royalti Cafe	Apartment gateway pasteur, tower Ruby A GF 08, Sukaraja, Kec. Cicendo, Kota Bandung	4,9
9	Jabarano Coffee – Javan Surili	Galeri Ciumbuleuit Apartment 1 Jl. Ciumbuleuit No. 42 A, Area Lobby Ciumbuleuit, Kec. Cidadap, Kota Bandung	4,9
10	Diamond Coffee Lounge	Apartment Gateway, Tower Diamond Lantai G No.07, Kota Bandung	4,8

Sumber : Rating Google 2026

Berdasarkan Tabel 1.4 diketahui bahwa Diamond Coffee Lounge memiliki rating lebih rendah dibandingkan *coffee shop* pesaing lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan Diamond Coffee Lounge masih relatif rendah dibandingkan kompetitor sehingga menjadi tantangan bagi perusahaan dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan usaha *coffee shop* yang semakin kompetitif. Selain itu, Diamond Coffee Lounge juga mengalami kondisi pendapatan yang fluktuatif selama tahun 2025.

Tabel 1. 5
Pendapatan kafe Diamond Coffee Lounge Bandung pada Tahun 2025

No	Bulan	Target	Pendapatan
1	Januari	Rp 18.000.000	Rp 21.658.300
2	Februari	Rp 18.000.000	Rp 13.399.200
3	Maret	Rp 18.000.000	Rp 12.297.050
4	April	Rp 18.000.000	Rp 21.884.018
5	Mei	Rp 18.000.000	Rp 17.297.000
6	Juni	Rp 18.000.000	Rp 15.781.576
7	Juli	Rp 18.000.000	Rp 15.012.800

No	Bulan	Target	Pendapatan
8	Agustus	Rp 18.000.000	Rp 15.937.650
9	September	Rp 18.000.000	Rp 15.434.300
10	Oktober	Rp 18.000.000	Rp 16.646.150
11	November	Rp 18.000.000	Rp 18.304.500
12	Desember	Rp 18.000.000	Rp 20.642.550
Jumlah			Rp 204.295.094
Rata - rata Per Bulan			Rp 17.024.591

Sumber: Kafe Diamond Coffee Lounge 2025

Berdasarkan Tabel 1.5 terlihat bahwa pendapatan Diamond Coffee Lounge mengalami fluktuasi dan pada beberapa bulan belum mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan. Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, terlihat bahwa pendapatan mengalami fluktuasi setiap bulannya. Penurunan pada bulan Februari terjadi karena menurunnya tingkat konsumsi masyarakat setelah periode libur awal tahun. Pada bulan Maret, pendapatan kembali menurun karena bertepatan dengan bulan Ramadan sehingga intensitas kunjungan pelanggan berkurang.

Peningkatan pendapatan pada bulan April dipengaruhi oleh momen libur Hari Raya Idulfitri yang meningkatkan jumlah pengunjung *coffee shop*. Selanjutnya, pada bulan Mei hingga Oktober pendapatan cenderung fluktuatif akibat persaingan *coffee shop* yang semakin ketat serta menurunnya minat kunjungan pelanggan. Pada bulan November dan Desember pendapatan kembali meningkat karena adanya promosi dan momentum libur akhir tahun yang mendorong meningkatnya jumlah pengunjung. Penurunan tersebut juga terlihat dari jumlah pengunjung Diamond Coffee Lounge yang mengalami kondisi fluktuatif selama tahun 2025.

Tabel 1. 6
Jumlah Pengunjung kafe Diamond Coffee Lounge pada Tahun 2025

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	433
2	Februari	268
3	Maret	246
4	April	438

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
5	Mei	346
6	Juni	316
7	Juli	300
8	Agustus	319
9	September	309
10	Oktober	333
11	November	366
12	Desember	413
Jumlah		4086
Rata -rata		340

Sumber : Kafe Diamond Coffee Lounge 2025

Berdasarkan pada tabel 1.6 dapat diketahui bahwa rata-rata jumlah pengunjung disetiap bulannya bersifat fluktuatif yang memiliki kecenderungan penurunan. Jumlah pengunjung tertinggi pada bulan April sebanyak 438 pengunjung dan paling terendah pada bulan Maret sebanyak 246 pengunjung, dikarenakan bulan suci ramadhan. Penurunan jumlah pengunjung ini tentu akan mempengaruhi jumlah penjualan dan akan berdampak pada keuntungan yang diterima oleh perusahaan. Dengan maraknya berbagai kafe di kota Bandung perusahaan harus bisa bersaing dengan kompetitif, yang dimana perusahaan perlu meningkatkan lagi bukti fisik dan kualitas orang. Hal ini dapat memicu kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap kunjung ulang.

Selain data pengunjung, terdapat pula berbagai keluhan pelanggan terkait fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Diamond Coffee Lounge.

Tabel 1. 7
Data Keluhan Pengunjung Diamond Coffee Lounge Tahun 2025

No	Keluhan	Dimensi
1	sudah beberapa kali ke kopi diamond, tapi jujur pelayanannya kurang memuaskan. Karyawan kurang sigap, proses pesan dan bayar lama, jadi bikin nggak nyaman. tempatnya juga biasa saja dan lokasinya agak susah dijangkau. Kopinya standar, belum terasa beda dari kafe lain untuk harga sih oke	Orang
2	pertama kali ke sini dan rasanya kurang cocok, waktu pesan pelayanannya lama dan penjelasan menunya bikin bingung. Harus nunggu aga lama juga buat pesan sampai bayar	Orang

No	Keluhan	Dimensi
3	Kopinya menurut saya nggak enak dan sama sekali nggak sebanding sama harganya. tempatnya juga kurang nyaman, fasilitas seadanya, dan lokasinya pun menurut saya kurang strategis.	Bukti Fisik dan Produk
4	Kopi di sini kok rasanya biasa aja sih, gak ada spesialnya dibanding kopi lain, kecewa deh mana tempatnya kecil juga lagi	Bukti Fisik dan Produk
5	ordernya ribet masa pastrynya harus bayar cash gabisa digabungin, pelayan gak jelas jelasin menunya, jadi bingung sendiri	Orang
6	saya nanya perbedaan kopi, malah jawab seadanya. kayanya kurang pemahaman soal menu-menunya. tolong ditingkatkan lagi	Orang
7	saya ketemu klient disana sih ga terlalu ramai, tapi dengan jarak meja dengan meja satunya lagi sangat berdekatan jadi merasa terganggu. tolong kasih space agar pelanggan lainnya merasa nyaman	Bukti Fisik
8	space kafe terlalu kecil jadi jarak meja sangat dekat dengan konsumen lain, merasa kurang nyaman	Bukti Fisik
9	di kafe tidak tersedia toilet, jadi menggunakan toilet fasilitas apartment jadi ke toilet sangat jauh	Bukti Fisik
10	rasa kopinya terlalu banyak air space kafe kecil jadi merasa kurang puas aja tp harga sih masi terbilang murah	Bukti Fisik dan produk

Sumber: Kafe Diamond Coffee Lounge 2025

Berdasarkan Tabel 1.7 diketahui bahwa sebagian besar keluhan pelanggan berkaitan dengan bukti fisik dan orang, seperti fasilitas *coffee shop* yang kurang nyaman, ukuran tempat yang sempit, serta pelayanan karyawan yang kurang jelas dalam menjelaskan menu kepada pelanggan. Keluhan tersebut menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan yang dapat berdampak pada menurunnya kunjungan ulang konsumen.

Tabel 1. 8
Penelitian Pendahuluan Kinerja Pemasaran Pada Kafe Diamond Coffee Lounge Kota Bandung

No	Variabel	Pernyataan	Presentase Penilaian					Rata - Rata
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Keputusan pembelian	Memutuskan untuk membeli produk di Diamond Coffee karena suasana dan	8	19	2	0	1	4,10

No	Variabel	Pernyataan	Presentase Penilaian					Rata - Rata
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
		konsep tempatnya menarik						
		Membeli produk di Diamond Coffee sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya	15	12	2	0	1	4,33
Rata- rata								4,22
2	Kepuasan Pelanggan	Merasa puas dengan produk yang ditawarkan Diamond Coffee	8	15	5	1	1	3,93
		Merasa puas dengan pelayanan di Diamond Coffee	3	1	12	8	6	2,57
Rata- rata								3,25
3	Kepercayaa n Konsumen	Percaya terhadap kualitas produk biji kopi yang disajikan di Diamond Coffee	9	16	2	2	1	4,00
		Merasa café Dimaond Coffee dapat dipercaya dalam menjaga kualitas produk yang diberikan kepada konsumen	13	10	5	1	1	4,10
Rata-rata								4,05
4	Loyalitas Pelanggan	Bersedia merekomendasikan Diamond Coffee kepada teman	3	2	6	6	13	2,20
		Melakukan kunjungan kembali ke Diamond Coffee	4	2	2	9	13	2,17
Rata-rata								2,18
Jumlah Total Rata- rata								3,43

Sumber: Data diolah Peneliti 2026

Berdasarkan data hasil kuesioner penelitian pendahuluan pada tabel 1.8 menunjukkan beberapa masalah yang terjadi di Diamond Coffee Lounge Kota Bandung. Hasil penelitian mengungkapkan masalah di Diamond Coffee Lounge adalah tingkat kepuasan pelanggan dengan rata-rata 3,25 dan loyalitas pelanggan

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan, dilakukan pendahuluan ini terhadap bauran pemasaran kafe Diamond Coffee Lounge kota Bandung yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan tujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adanya penurunan jumlah pengunjung kafe Diamond Coffee Lounge pada tahun 2025. Peneliti akan menyajikan hasil penelitian pendahuluan bauran pemasaran yang disebarkan kepada 30 pelanggan.

No	Variabel	Pernyataan	Presentase Penilaian					Rata - Rata
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Produk	Kualitas produk Diamond Coffee memuaskan dibanding dengan merek kopi lainnya	5	18	5	0	2	3,80
		Pelanggan merasa senang dengan produk yang disajikan oleh Diamond Coffee	2	14	9	3	2	3,37
Rata- rata								3,58

No	Variabel	Pernyataan	Presentase Penilaian					Rata - Rata
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
2	Promosi	Diamond Coffee sering memberikan diskon kepada konsumennya	7	15	7	1	0	3,93
		Promosi Diamond Coffee di media sosial sangat menarik	10	10	9	1	0	3,97
Rata- rata								3,95
3	Harga	Harga kopi di Diamond Coffee sangat terjangkau	13	11	5	1	0	4,20
		Harga kopi di Diamond Coffee sesuai dengan kualitas	10	14	5	1	0	4,10
Rata-rata								4,15
4	Tempat	Lokasi cafe Diamond Coffee mudah ditemukan	10	14	4	2	0	4,07
		Diamond Coffe berada di lokasi yang strategis untuk di kunjungi	4	21	3	2	0	3,90
Rata-rata								3,98
5	Orang	Karyawan Diamond Coffee cepat tanggap dalam melayani konsumen	3	2	8	7	10	2,37
		Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Diamond coffee sangat ramah	6	19	3	1	1	3,93
Rata-rata								3,15
6	Proses	Proses pemesanan produk berlangsung dengan cepat	10	13	4	2	1	3,97
		Proses pembayaran mudah dan tidak rumit	4	21	2	2	1	3,83
Rata-rata								3,90
7	Bukti Fisik	Lingkungan Diamond Coffee tertata rapi dan bersih	9	18	2	0	1	4,13
		Fasilitas yang disediakan Diamond Coffee membuat konsumen nyaman	3	1	5	8	13	2,10
Rata-rata								3,12
Jumlah Total Rata-Rata								3,69

Sumber : Data diolah Peneliti 2026

Berdasarkan tabel 1.9 hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran di kafe Diamond Coffee Lounge kota Bandung. Hasil penelitian pendahuluan yang diberikan tanda diindikasikan yang paling bermasalah. Tabel tersebut menyimpulkan bahwa permasalahan variabel orang salah satu pernyataannya yang menjelaskan bahwa Karyawan Diamond Coffee cepat tanggap dalam melayani konsumen memiliki nilai rendah dengan nilai 2,37 dengan rata-rata 3,15. dan variabel bukti fisik salah satu pernyataannya yang menjelaskan bahwa Fasilitas yang disediakan Diamond Coffee membuat konsumen nyaman memiliki nilai rendah dengan nilai 2,10 dengan rata-rata 3,12 dan total keseluruhan rata-rata dengan nilai 3,69.

Jika dilihat dari dari frekuensi yang menjawab sangat tidak setuju variabel orang dan bukti fisik yang paling mendominasi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang kurang optimal dan ruang tempat yang kurang nyaman dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan yang mengakibatkan menurunnya kunjungan ulang.

Oleh karenanya agar konsumen merasa puas dan senang setelah melakukan pembelian, perusahaan harus dapat memahami dan memenuhi harapan konsumen. Bahwa bukti fisik dan orang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasakan pelayanan kurang optimal dan ruang toko yang terbatas cenderung mengalami ketidakpuasan, yang implikasinya berdampak pada menurunnya kunjungan ulang. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan menjadi perantara penting antara Bukti Fisik dan orang dengan kunjungan ulang, yang memiliki implikasi bahwa perusahaan perlu memperbaiki pelayanan dan mengoptimalkan bukti fisik untuk mendorong kunjungan ulang pelanggan.

Berdasarkan fenomena serta hasil survei pendahuluan yang telah dilakukan maka penulis tertarik melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“PENGARUH BUKTI FISIK DAN ORANG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA IMPILAKSINYA TERHADAP KUNJUNGAN ULANG PADA KONSUMEN DIAMOND COFFEE LOUNGE”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini. Identifikasi masalah diperoleh dari latar belakang penelitian, sedangkan rumusan masalah merupakan gambaran dari sebuah sebab akibat. Penelitian, ini digunakan untuk mendapatkan data yang berguna untuk memecahkan permasalahan tersebut.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi oleh pihak kafe Diamond Coffee Lounge kota Bandung ini sebagai berikut :

- 1) Pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan di Diamond Coffee Lounge.
- 2) Pelanggan tidak melakukan kunjungan ulang ke Diamond Coffee Lounge.
- 3) Pelayanan kurang jelas dan cepat dalam menjelaskan menu yang ada di *coffee shop* Diamond Coffee Lounge.
- 4) Pelanggan merasa kurang nyaman dengan fasilitas yang disediakan Diamond Coffee Lounge.
- 5) Terjadinya penurunan jumlah pengunjung di Diamond Coffee Lounge pada bulan Maret 2025.

- 6) Diamond Coffee Lounge mengalami banyak keluhan dari beberapa pelanggan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan diatas, maka rumusan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai Bukti Fisik Diamond Coffee Lounge Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai Orang Diamond Coffee Lounge Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan Diamond Coffee Lounge Kota Bandung.
4. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kunjungan ulang ke Diamond Coffee Lounge Kota Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Diamond Coffee.
6. Seberapa besar pengaruh bukti fisik terhadap kunjungan ulang Diamond Coffee.
7. Seberapa besar pengaruh Orang terhadap kepuasan konsumen Diamond Coffee.
8. Seberapa besar pengaruh Orang terhadap kunjungan ulang pada Diamond Coffee.
9. Seberapa besar pengaruh kepuasan konsumen terhadap kunjungan ulang Diamond Coffee.
10. Seberapa besar pengaruh bukti fisik dan orang terhadap kepuasan konsumen dan implikasinya terhadap kunjungan ulang Diamond Coffee.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan pelanggan mengenai bukti fisik Diamond Coffee Lounge Kota Bandung.
2. Tanggapan pelanggan mengenai orang Diamond Coffee Lounge Kota Bandung.
3. Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan Diamond Coffee Lounge Kota Bandung.
4. Tanggapan pelanggan mengenai kunjungan ulang ke Diamond Coffee Lounge Kota Bandung.
5. Besarnya pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Diamond Coffee.
6. Besarnya pengaruh bukti fisik terhadap kunjungan ulang Diamond Coffee.
7. Besarnya pengaruh orang terhadap kepuasan pelanggan Diamond Coffee.
8. Besarnya pengaruh orang terhadap kunjungan ulang pada Diamond Coffee.
9. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kunjungan ulang Diamond Coffee.
10. Besarnya pengaruh bukti fisik dan orang terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap kunjungan ulang Diamond Coffee.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka diperoleh kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana informasi dan sebagai referensi untuk penelitian lainnya, perusahaan yang diteliti dan pembaca. Adapun kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh Bukti fisik dan Orang terhadap kepuasan pelanggan serta implikasinya terhadap kunjungan ulang.
2. Memberikan pemahaman teoritis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan serta implikasinya terhadap kunjungan ulang konsumen.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Peneliti
 - a. Memahami teori perilaku konsumen berdasarkan kondisi nyata di lapangan.
 - b. Mengetahui kualitas biji kopi yang digunakan dan variasi menu-menu kopi di Diamond Coffee.
 - c. Mendapatkan pengalaman dalam menyebarkan kuesioner pra-survei kepada konsumen.
 - d. Mendapatkan relasi pertemanan dengan owner dan karyawan Diamond Coffee.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Sebagai evaluasi dalam meningkatkan fasilitas terutama pada space layout agar membuat konsumen nyaman.

- b. Sebagai evaluasi perusahaan dalam meningkatkan kualitas karyawan terutama dalam menjelaskan menu kepada konsumen, agar konsumen tidak merasa bingung.
 - c. Membantu perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan meningkatkan Bukti fisik seperti internal interior ataupun store layout.
 - d. Membantu perusahaan dalam meningkatkan Frekuensi kunjungan ulang.
3. Bagi Peneliti Berikutnya
- a. Diharapkan penelitian ini dapat menjadikan perbandingan untuk penelitian sejenisnya.
 - b. Diharapkan penelitian ini dapat dilakukan pengembangan baik subjek maupun objek penelitiannya.
 - c. Membantu sebagai masukan dan referensi bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.