

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai kota yang sedang berkembang, Surakarta menjadi pusat kegiatan perekonomian di daerah Jawa Tengah dan sekitarnya. Sebagian besar penduduk bergerak dalam bidang layanan, perdagangan dan pariwisata. Dewasa ini terdapat mall dan pusat perbelanjaan modern yang terbesar di 5 Kecamatan, dengan jumlah terbanyak di pusat kota. Pusat perbelanjaan Modern ternama di antaranya: Grand Mall, Solo Square, Singosaren Plaza, BTC, PGS, Luwes Group, Hero Megaland, Solo Paragon Mall dan mall yang sedang dibangun adalah King Plaza.

Perkembangan Kota Surakarta menjadi Kota Metropolitan tersebut tidak terlepas dari pengaruh aspek budaya dan social yang datang dari luar negeri membuat pola perilaku masyarakat Surakarta berubah. Dengan adanya perubahan dan pengaruh itu, maka menyebabkan pergeseran dan atau perubahan fungsi sebuah kafe atau *coffee shop*, yang melahirkan fenomena social dan budaya baru. Disamping sebagai tempat untuk minum teh atau kopi dan menyantap makanan ringan, *coffee shop* juga sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, dan bahkan menjadi salah satu tempat untuk melakukan *prospecting business* antar eksekutif sehingga kebutuhan terhadap *coffee shop* asing dan *coffee shop* lokal terus berkembang.

Sekarang ini *coffee shop* asing yang sudah masuk ke Surakarta, contohnya adalah J.CO Coffee and Dounat sedangkan *coffee shop* lokal ada Kopi Luwak. *Coffee Shop* asing maupun lokal yang sudah masuk ke Surakarta tersebut berlokasi di *shopping center*. Salah satu contohnya yaitu di Solo Square, dimana semua *coffee shop* asing dan *coffee shop* lokal berada di dalam suatu mall, dengan letak yang berhadapan dan strategis. Oleh karena itu pelanggan di hadapkan beberapa pilihan *coffee shop* asing maupun lokal dengan dukungan fasilitas lengkap, harga bersaing dan kualitas layanan yang sangat bervariasi dan kompetitif.

Dalam bidang industri Jasa, kualitas layananlah yang memainkan peranan penting dalam memberi nilai tambah terhadap pengalaman layanan secara keseluruhan. Oleh karena itu, *coffee shop* yang mampu memberi kualitas layanan terbaik akan berkembang dan mampu mempertahankan pelanggannya. “Sejak kualitas superior menjadi salah satu faktor penting dalam pengendalian industri layanan, Lee, Barker, dan Kandampully (2003) menyarankan bahwa meningkatkan kualitas layanan di seluruh departemen menjadi yang utama dalam kelangsungan industri” (Pei, Akbar dan David, 2005)

Seorang pelanggan akan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan persepsi mereka. Menurut Brady dan Cronin (2001), persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan ini terdiri dari tiga kualitas yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil. Ketiga kualitas ini membentuk pada keseluruhan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Kualitas

layanan ini sengaja di pisah-pisahkan supaya memudahkan pihak manajemen dalam melihat evaluasi pelanggan terhadap masing-masing kualitas.

B. Rumusan Masalah

Dalam latar belakang yang telah di paparkan di atas maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di *coffee shop* asing?
2. Bagaimana perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di *coffee shop* lokal?
3. Apakah terdapat perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di *coffee shop* asing dan *coffee shop* lokal?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di *coffee shop* asing.
2. Mengetahui perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di *coffee shop* lokal.
3. Mengetahui perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di *coffee shop* asing dan *coffee shop* lokal.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengusaha *coffee shop* untuk dapat memberikan pelayanan yang tepat terhadap pelanggan *coffee shop*.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan bagi peneliti lain yang mengkaji tema penelitian tentang kualitas layanan.