BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Grand Theory

Pada teori kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2010) bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang dan kecewa yang pelanggan rasakan dari hasil membandingkan kualitas produk dengan ekspektasi pelanggan. Jika kualitas produk tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puaas, tetapi jika produk memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas. Dalam bukunya Kotler & Keller menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan prediktor utama loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain, dan tetap setia meskipun ada tawaran pesaing.

Kotler & Keller (2010) mengemukakan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui beberapa metode, salah satunya survei kepuasan pelanggan yang bertujuan memperoleh umpan balik langsung dari pelanggan. Survei ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan data kuantitatif dan kualitatif terkait persepsi pelanggan terhadap produk atau layanan. Metode survei ini biasanya dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan secara langsung, melalui telepon, email, atau media digital lainnya.

Kotler & Keller (2012), survei kepuasan pelanggan dengan instrumen yang mengukur berbagai dimensi seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan aspek emosional sangat relevan untuk dianalisis menggunakan analisis faktor guna menemukan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

B. Tinjauan Pustaka Terkait Permasalahan

1. Perubahan Gaya Hidup terhadap Tren Kafe

Gaya hidup di Indonesia mulai berubah seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi yang ditandai dengan munculnya tempat-tempat menikmati kopi bergaya seperti kedai kopi/kafe. Hal ini menyebabkan masyarakat Indonesia mengikuti gaya hidup yang berubah (Pratiwi 2022). Perkembangan tren kafe pada generasi yang berbeda menciptakan persepsi bahwa mengunjungi kafe adalah gaya hidup yang lebih baik dan lebih modern. Hal ini menunjukkan bahwa kafe bukan hanya tempat untuk bersantai tetapi juga tempat untuk menunjukkan status sosial dan identitas seseorang. (Gramanda, dkk., 2021)

1. Pertumbuhan Industri Kafe

   Salah satu bidang ekonomi kreatif yang mengalami pertumbuhan adalah industri kafe di Indonesia yang telah berkembang dengan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kafe telah menjadi tempat multifungsi untuk bersantai, bekerja dan bersosialisasi karena perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan. (Prasloranti, dkk., 2024)

   Industri kafe di Indonesia menunjukkan potensi pertumbuhan yang besar. Dengan permintaan dan selera konsumen yang tinggi untuk kopi dan produk-produk kopi, Indonesia menjadi salah satu produsen kopi terbesar di dunia dan juga salah satu konsumen utama untuk produk-produk kopi di dunia. Beberapa tahun terakhir, bisnis kafe di Indonesia terus berkembang pesat. Jumlah kafe di berbagai kota besar telah meningkat karena tingginya permintaan akan kopi. (Ango, dkk., 2023).

2. Persaingan Industri Kafe

   Generasi saat ini telah menciptakan gaya hidup baru yang telah membawa persaingan di industri kopi ke tingkat dimana yang terbaik dapat bertahan. Banyaknya kedai kopi yang bermunculan, baik lokal maupun internasional, menciptakan pasar yang sangat kompetitif. Selera

konsumen yang beragam menuntut kafe untuk terus berinovasi dalam menu dan pelayanan. Begitulah sebuah bisnis kafe harus mampu bersaing. Salah satu syarat yang harus dipenuhi industri kafe untuk memenangkan persaingan adalah berusaha menarik dan mempertahankan pelanggannya. (Shelemo, 2023)

3. Faktor-Faktor Kegagalan pada Industri Kafe

Berdasarkan jurnal Mochammad, dkk. (2020) "*Factors Affecting Business Sustainability*" yang membahas tentang faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan dalam industri kafe, seperti:

a. Kurangnya Riset Pasar

Sulit untuk membuat strategi menarik pelanggan yang efektif jika tidak mengetahui tentang preferensi pelanggan, demografi, dan persaingan. Banyak pemilik kafe tidak melakukan riset pasar yang cukup sebelum memulai bisnis. Hal ini dapat menyebabkan produk dan layanan yang ditawarkan tidak memenuhi harapan pelanggan, yang pada akhirnya akan mengurangi daya tarik kafe.

b. Pemilihan Lokasi yang Tidak Tepat

Lokasi kafe memiliki peranan yang penting dalam mencapai kesuksesan bisnis. Tempat yang tidak strategis sering kali menyebabkan penjualan yang minim dan kesulitan dalam menutupi biaya operasional.

c. Kurangnya Diferensiasi

Kafe harus memiliki sesuatu yang berbeda untuk menarik pelanggan di pasar yang kompetitif. Jika tidak membuat nilai yang berbeda, pelanggan mungkin merasa tidak ada alasan untuk memilih satu kafe dibandingkan dengan yang lain.

d. Perancangan Keuangan yang Tidak Memadai

Banyaknya pemilik kafe yang tidak memiliki rencana keuangan yang baik, termasuk perkiraan biaya awal, pengeluaran rutin, dan proyeksi pendapatan. Masalah keuangan merupakan tahap yang serius, termasuk kebangkrutan, dapat muncul jika tidak dapat mengelola arus kas dengan benar.

e. Pemasaran dan Branding yang Tidak Efektif

Banyaknya kafe yang tidak memiliki strategi pemasaran dan branding yang jelas. Tidak melakukan upaya untuk meningkatkan kesadaran merek atau menarik pelanggan baru dapat menghambat pertumbuhan bisnis. Kafe dapat kehilangan peluang untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, yang berdampak negatif pada pendapatan.

C. Tinjauan Pustaka Terkait Karya

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dalam penelitian Zulvia, dkk. (2022) adalah hasil dari perbandingan antara kinerja sebenarnya dan harapan sebelum pembelian. Kepuasan adalah hasil dari dua komponen, yaitu kinerja yang dirasakan dan harapan. Pelanggan tidak puas jika kinerja kurang dari harapan, pelanggan puas jika memenuhi harapan dan sangat puas jika kinerja melebihi harapan. Dalam jurnal inipun membahas:

a. Peran Kepuasan Pelanggan

Dinyatakan bahwa bisnis harus berkonsentrasi menciptakan keunggulan pelanggan. Nilai kepuasan pelanggan yang tinggi akan menghasilkan pembelian ulang yang tinggi dan profitabilitas yang tinggi.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

1) Kualitas Produk, Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk.
2) Harga, Harga yang sesuai dengan nilai produk atau jasa.
3) Kualitas Pelayanan, Kualitas pelayanan yang baik dan responsif.
4) Kemudahan, Kemudahan mendapatkan produk atau jasa.
5) Emosional, Perasaan yang dirasakan pelanggan.

c. Alat Ukur Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa cara untuk mengukur dan memperhatikan kepuasan pelanggan:

1) Sistem Keluhan dan Saran: Memungkinkan pelanggan untuk mengirimkan kritik, keluhan, dan saran.
2) Ghost Shopping (Pelanggan Bayangan): Mempekerjakan seseorang untuk bertindak sebagai pelanggan dan menilai pengalaman mereka.
3) Analisa Pelanggan yang Beralih: Mencari tahu penyebab pelanggan berhenti membeli sesuatu.
4) Survei Kepuasan Pelanggan: Membuat dan mengirimkan daftar pertanyaan atau mewawancarai pelanggan secara acak.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Beberapa indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan: tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap produk atau jasa.
2) Konfirmasi Harapan: Kesesuaian kinerja produk dengan harapan pelanggan.
3) Minat Pembelian Ulang: Kecenderungan pelanggan untuk kembali berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan.

4) Keinginan untuk Merekomendasikan: Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.
5) Ketidakpuasan Pelanggan: Tanda-tanda ketidakpuasan pelanggan seperti komplain, retur dan peralihan pelanggan ke pesaing.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian dari Prastika (2022) menyatakan bahwa survey kepuasan pelanggan menjadi alat yang memiliki peran penting dalam bisnis untuk memahami sejauh mana produk atau layanan yang mereka tawarkan dapat memenuhi harapan pelanggan. Survei kepuasan pelanggan dilakukan untuk meningkatkan kinerja pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dari penelitian ini juga membahas:

a. Strategi Survei Kepuasan Pelanggan

Menyadari bahwa strategi survei kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun dan mengembangkan citra yang baik tentang perusahaan. Oleh karena itu, survei kepuasan pelanggan digunakan dengan baik untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Selain itu, para pengelola survei kepuasan pelanggan harus tanggap dalam menangani masalah yang muncul selama survei, sehingga pelanggan dapat merasa suara mereka didengar.

Untuk memastikan strategi survei kepuasan pelanggan yang efektif, perusahaan harus memulai dengan langkah-langkah sederhana namun terstruktur. Pertama, perlu mempertimbangkan apa yang ingin diukur dan bagaimana cara mengukurnya. Selain itu, penting untuk menentukan siapa target survei dan memilih waktu yang tepat untuk mendistribusikannya. Dengan mempertimbangkan hal-hal ini, dapat dipastikan bahwa survei yang telah dilakukan tidak

hanya mencapai tujuan, tetapi juga memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan.

b. Tujuan Survei Kepuasan Pelanggan

Pada bisnis kafe, tujuan utama dari pengawasan kepuasan pelanggan adalah untuk mengetahui seberapa puas pelanggan dengan produk dan layanan mereka, seperti kualitas makanan dan minuman, suasana, kebersihan, dan pelayanan. Kafe dapat menggunakan survei ini untuk menentukan kekuatan dan kelemahan mereka. Tujuan lain dari survei adalah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan serta membuat rencana yang lebih baik untuk memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Survei data ini sangat penting untuk mengambil keputusan manajemen tentang strategi, seperti membuat kebijakan baru atau melakukan perubahan operasional yang tepat. Selain itu, survei ini memberikan umpan balik kepada manajemen dan staf tentang bagaimana meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Pada akhirnya, survei kepuasan pelanggan membantu kafe dalam mempertahankan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. (Raharjo, dkk., 2021)

c. Manfaat Survei Kepuasan Pelanggan

Bisnis mendapatkan banyak manfaat dari survei kepuasan pelanggan, seperti menemukan keunggulan dan kelemahan layanan, memahami ekspektasi pelanggan, dan membuat rencana untuk meningkatkan layanan. Dengan menganalisis data survei, perusahaan dapat menemukan masalah atau kekurangan layanan dan melakukan perbaikan yang diperlukan.

3. Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas

Teori Band (1991) dalam penelitian Supertini, dkk. (2020) bahwa kepuasan pelanggan adalah saat kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi, akan menghasilkan pembelian berulang hingga kesetiaan yang berlanjut. Ini adalah pengalaman menggunakan produk atau jasa setelah pembelian. Pelanggan akan menilai produk sesuai dengan ekspektasi sehingga mengalami emosi positif, negatif, atau netral. Tanggapan emosional ini membentuk persepsi kepuasan atau ketidakpuasan.

Lau dan Lee (1999) dalam Gultom, dkk. (2020) menyatakan bahwa ketika pelanggan percaya bahwa merek tertentu dapat memberikan apa yang mereka harapkan, mereka akan menjadi lebih setia kepada merek tersebut. Pelanggan yang puas dengan layanan yang mereka terima akan meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan dan berharap dapat menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.

4. Strategi Mempertahankan Loyalitas

Loyalitas pelanggan merupakan bagian penting dari keberlangsungan bisnis. Dalam bisnis, loyalitas pelanggan tidak hanya menunjukkan seberapa puas pelanggan, tetapi juga menunjukkan seberapa sukses strategi pelayanan dan pemasaran perusahaan. Dari jurnal Febrianti, dkk. (2023) yang berjudul "Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kuliner di Kecamatan Bengkayang" mengemukakan strategi untuk mempertahankan loyalitas, sebagai berikut:

a. Meningkatkan Kualitas Produk

Kualitas produk sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Produk yang memiliki kualitas tinggi

mampu membuat pelanggan puas dan mendorong mereka untuk membeli lagi, sementara produk berkualitas rendah dapat merusak reputasi dan membuat pelanggan enggan kembali.

b. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik sangat penting untuk membangun hubungan positif dengan pelanggan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan mampu menyelesaikan masalah pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

c. Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan menjadi dasar dari loyalitas pelanggan. Pemilik bisnis harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan, selera, dan keinginan pelanggan. Ini dapat dicapai melalui kombinasi produk dan pelayanan yang berkualitas.

d. Menciptakan Inovasi Produk

Dengan menciptakan inovasi atau melakukan peningkatan pada produk lama, hal ini dapat mempertahankan daya tariknya di mata konsumen dengan inovasi.

e. Menciptakan Hubungan Baik dengan Konsumen

Menjalin hubungan baik dengan konsumen tidak hanya meningkatkan loyalitas tetapi juga memungkinkan bisnis mendapatkan masukan berharga untuk perbaikan layanan atau inovasi produk. Dengan strategi ini, bisnis tidak hanya dapat mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan tetapi juga meningkatkan daya saing mereka di pasar.

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

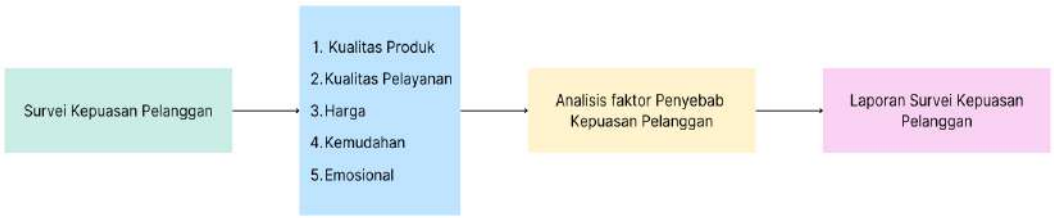
No	Judul Penelitian	Metode Kualitatif yang Digunakan	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1	Strategi Survei Kepuasan Pelanggan PT Gojek Indonesia. (Prastika, 2022)	Wawancara, observasi, dokumentasi	Kepuasan, empati, SKP	Survei sederhana dan mudah dipahami berperan penting dalam peningkatan kepuasan pelanggan Gojek.
2	Manfaat Survei Kepuasan Pelanggan Bagi Masyarakat untuk Menunjang Keberlanjutan Bisnis Perumdam Tirta Kencana Kota Samarinda. (Akbar dkk, 2024)	SKP, Observasi, wawancara	Kualitas, harga, kemudahan, pelayanan	Survei Kepuasan Pelanggan sangat bermanfaat dalam meningkatkan kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan, serta memberikan kontribusi besar terhadap keinginan bisnis Perumdam Tirta Kencana Kota Samarinda.
3	Kepuasan Pelanggan terhadap Sepatu Merk Mitra di Politeknik TMKM. (Sukardi, 2018)	Wawancara, kuesioner, analisis deskriptif	Kualitas produk, pelayanan, harga	Mayoritas pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk dan pelayanan penjual sepatu Mitra.
4	Analisis Kualitatif terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. (Putri dkk, 2023)	Grounded theory, pengkodean data	Kepuasan, loyalitas pelanggan	Ditemukan faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan secara mendalam.

5	Keberhasilan Usaha Reedja RJ Production dalam Mempertahankan Ekstensinya. (Sari, 2019)	Kualitatif Naturalistik	Faktor-faktor, strategi, persepsi	Keberhasilan Reedja RJ Production dalam mempertahankan eksistensinya sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar dan inovasi produk.

Sumber: Data diolah penulis, 2025

E. Kerangka Pikir

Gambar 2
Kerangka Pikir



Sumber: Data diolah penulis, 2025

Dalam kerangka berpikir ini, alur penelitian kualitatif dimulai dengan untuk menganalisis faktor-faktor tersebut, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat ukur survei kepuasan pelanggan agar dapat mencaritahu penyebab kepuasan pelanggan, metode survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang tersusun secara sistematis dan disampaikan kepada responden untuk memperoleh data yang spesifik (Sekaran & Bougie, 2017). Selanjutnya, pelaporan hasil secara naratif dan interpretatif. Pendekatan kualitatif menekankan pemahaman makna dan pengalaman subjektif pelanggan, sehingga memberi perusahaan wawasan yang kaya dan mendalam tentang cara meningkatkan kepuasan pelanggan.