

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kopi dalam beberapa tahun terakhir cukup pesat, sejalan dengan perubahan gaya hidup dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kualitas minuman serta kenyamanan dalam menikmati pengalaman nongkrong. Di tengah persaingan yang ketat, *Starbucks* berhasil menempatkan diri sebagai salah satu pemain utama yang tidak hanya dikenal lewat produk kopinya, tetapi juga melalui konsep layanan yang dirancang untuk menciptakan pengalaman unik bagi pelanggannya. Bagi banyak orang, mengunjungi *Starbucks* bukan sekadar membeli kopi, melainkan bagian dari gaya hidup yang menyatu dengan suasana, pelayanan, dan citra merek yang konsisten.

Meskipun memiliki citra yang kuat dan kerap dipuji atas pengalamannya dalam melayani pelanggan, *Starbucks* tetap menghadapi berbagai tantangan terkait kualitas layanan. Beberapa pelanggan menyampaikan keluhan, seperti waktu tunggu yang terlalu lama pada jam sibuk, rasa produk yang tidak konsisten antar gerai, serta praktik *upselling* yang dinilai kurang transparan. Meskipun keluhan tersebut mungkin tidak terjadi secara masif, pengalaman negatif semacam ini dapat mengikis kepuasan pelanggan. Jika dibiarkan berulang, hal tersebut berpotensi menurunkan niat pelanggan untuk kembali dan bahkan merusak persepsi jangka panjang terhadap merek.

Penelitian ini mengambil lokasi di *Starbucks* yang berada di *Rest Area* KM 6B, sebuah gerai yang cukup strategis dan kerap menjadi pilihan utama bagi pengguna jalan tol. Dengan posisinya yang mudah diakses dan volume kunjungan yang tergolong tinggi, gerai ini tidak hanya menjadi tempat persinggahan untuk sekadar minum kopi, tetapi juga bagian dari pengalaman

perjalanan yang nyaman. Tingginya ekspektasi pelanggan di lokasi seperti ini menuntut konsistensi dalam pelayanan. Oleh karena itu, menjaga kualitas layanan bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan agar kepuasan pelanggan tetap terpenuhi, meskipun dalam kondisi ramai sekalipun.

Evaluasi kualitas layanan dilakukan dengan menggunakan kerangka SERVQUAL, yang mencakup lima dimensi utama: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pendekatan ini digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan kenyataan layanan yang diterima pelanggan. Analisis terhadap kelima dimensi tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang masih perlu ditingkatkan. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi pengelola *Starbucks Rest Area* KM 6B dalam merancang upaya peningkatan kualitas layanan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penelitian ini dirancang untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di *Starbucks Rest Area* KM 6B berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*?
2. Dimensi kualitas layanan manakah yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Starbucks Rest Area* KM 6B berdasarkan hasil analisis PLS-SEM?
3. Apakah kualitas layanan yang diterima pelanggan sudah sesuai dengan ketentuan dalam Standar Operasional Prosedur (SOP) *Starbucks*?

4. Apa rekomendasi yang dapat diberikan untuk peningkatan kualitas layanan, terutama pada dimensi yang dinilai lemah atau tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi guna menjaga fokus dan kejelasan ruang lingkup pembahasan. Adapun batasan-batasan yang diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya difokuskan untuk menganalisis pengaruh masing-masing dimensi kualitas layanan di *Starbucks Rest Area* KM 6B menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) guna mengidentifikasi hubungan antar variabel dan pengaruh signifikan dari setiap dimensi.
2. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan *Starbucks Rest Area* KM 6B yang memenuhi kriteria sebagai responden.
3. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama tujuh bulan, mulai dari Desember 2024 hingga Juni 2025, dengan fokus pada pengalaman pelanggan terhadap kualitas layanan di *Starbucks Rest Area* KM 6B.
4. Penelitian ini hanya membahas lima dimensi kualitas layanan berdasarkan model SERVQUAL, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*), tanpa melibatkan variabel lain di luar model yang telah ditentukan.
5. Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini bersifat spesifik terhadap *Starbucks di Rest Area* KM 6B dan tidak serta-merta dapat diterapkan pada gerai *Starbucks* lainnya maupun industri F&B secara umum, mengingat

perbedaan lokasi, karakteristik pelanggan, dan kondisi operasional yang bervariasi antar gerai.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan yang telah dirumuskan secara sistematis, serta diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Uraian terkait tujuan dan manfaat penelitian disajikan pada subbab berikut ini.

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengevaluasi persepsi pelanggan terhadap kinerja masing-masing dimensi kualitas layanan (*Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*) di *Starbucks Rest Area* KM 6B menggunakan kerangka SERVQUAL.
2. Menganalisis pengaruh masing-masing dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan pendekatan *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS, serta mengidentifikasi dimensi yang berpengaruh signifikan maupun yang tidak signifikan.
3. Membandingkan hasil persepsi pelanggan dengan ketentuan dalam Standar Operasional Prosedur (SOP) *Starbucks*, guna mengevaluasi kesesuaian implementasi layanan di lapangan dengan standar perusahaan.
4. Memberikan rekomendasi perbaikan kualitas layanan berdasarkan dimensi yang paling lemah atau tidak signifikan secara statistik, sebagai dasar peningkatan berkelanjutan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi *Starbucks*, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan dan menanggapi kebutuhan serta keluhan pelanggan secara lebih optimal.
2. Bagi peneliti, penelitian ini memberikan pengalaman dan wawasan tambahan terkait penerapan model SERVQUAL dalam mengevaluasi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
3. Bagi universitas, penelitian ini dapat menjadi referensi atau dasar bagi mahasiswa atau peneliti lain yang tertarik untuk mengkaji topik serupa, khususnya yang berkaitan dengan layanan jasa

1.5 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan *Starbucks Rest Area* KM 6B berdasarkan persepsi mereka terhadap kualitas layanan. Dipilihnya metode studi kasus memungkinkan pengumpulan data secara langsung dari pelanggan di lokasi, sehingga hasilnya lebih kontekstual dan relevan dengan kondisi aktual. Tahapan penelitian dilakukan secara sistematis sesuai dengan prosedur ilmiah yang berlaku.

1. Menyebarkan kuesioner kepada pelanggan *Starbucks Rest Area* KM 6B guna memperoleh data mengenai persepsi mereka terhadap layanan, berdasarkan lima dimensi SERVQUAL.
2. Melakukan pengolahan data hasil kuesioner dengan teknik analisis statistik untuk mengidentifikasi pola tanggapan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

3. Melakukan uji validitas dan reliabilitas guna memastikan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur variabel yang diteliti secara akurat dan konsisten.
4. Melaksanakan analisis hubungan antara dimensi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menggunakan metode *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4.
5. Membandingkan hasil analisis dengan standar layanan operasional yang berlaku di *Starbucks* untuk mengetahui adanya kesenjangan antara standar yang telah ditetapkan dengan realita di lapangan, sekaligus memberikan rekomendasi perbaikan layanan.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan ini disusun dalam beberapa bab guna memastikan sistematika dan kemudahan pemahaman pembaca, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang menjadi dasar penelitian, termasuk konsep kualitas pelayanan (*service quality*), kepuasan pelanggan, model SERVQUAL, metode analisis PLS-SEM, serta penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, termasuk teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, serta prosedur

analisis data menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui *SmartPLS*.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi proses pengumpulan data dari responden, serta langkah-langkah pengolahan data menggunakan metode analisis statistik yang telah ditetapkan.

BAB V ANALISIS HASIL PENGOLAHAN DATA

Bab ini membahas hasil penelitian berdasarkan analisis data menggunakan PLS-SEM, serta menghubungkan hasil penelitian dengan teori yang relevan untuk menjawab rumusan masalah.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian, serta memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi *Starbucks Rest Area* KM 6 dalam meningkatkan kualitas layanan.

