

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa interaksi antara staf dan pelanggan memengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya dalam industri *food & beverage* (Hwang & Choi, 2019; Namkung & Jang, 2020). Interaksi ini dapat mencakup sikap, kemampuan komunikasi, serta respons terhadap keluhan pelanggan, yang semuanya berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan.

Sikap yang ramah, profesional, dan responsif terhadap pelanggan dapat menciptakan pengalaman yang lebih positif (Hwang & Choi, 2019). Sikap yang buruk atau tidak peduli bisa menurunkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Komunikasi yang efektif antara staf dan pelanggan menjadi faktor utama dalam menciptakan interaksi yang memuaskan. Kemampuan staf dalam mendengarkan, menjelaskan produk atau layanan dengan jelas, serta merespons pertanyaan atau keluhan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Namkung & Jang, 2020).

Penanganan keluhan dengan cepat dan profesional dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, bahkan setelah adanya masalah (Ladhari & Rigaux-Bricmont, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa keluhan mereka ditanggapi dengan baik cenderung lebih loyal dan puas dengan layanan yang diberikan.

Selanjutnya, menurut Supriyadi (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Interaksi Staf dan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan di Industri *Food & Beverage*”, menekankan pentingnya sikap dan kemampuan komunikasi dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan di industri makanan dan minuman. Hidayat (2021), dalam penelitiannya tentang “Pengaruh Respons terhadap Keluhan Pelanggan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Industri *Food & Beverage*”, juga menemukan bahwa respons terhadap keluhan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, terutama ketika dikelola dengan baik.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian terdahulu masih bersifat umum dan belum secara spesifik menyoroti bagaimana pengaruh interaksi staf terhadap kepuasan pelanggan pada konteks restoran atau kafe tertentu di Surabaya, terutama Shamrock Surabaya yang memiliki karakteristik layanan, budaya kerja, dan profil pelanggan yang unik. Dengan demikian, penelitian tentang Pengaruh Interaksi Staf dengan Pelanggan di Shamrock Surabaya menjadi penting untuk dilakukan sebagai upaya untuk melengkapi temuan sebelumnya, dengan memberikan bukti empiris yang lebih kontekstual dan mendalam.

2.2 Landasan Teori

1. Teori tentang Pelayanan Pelanggan

Teori yang relevan untuk penelitian ini adalah Teori Servqual yang mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang mencakup ketanggapan, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985). Teori ini digunakan untuk menganalisis kualitas interaksi staf dan bagaimana hal itu memengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Teori tentang Interaksi Staf

Interaksi staf dan pelanggan merupakan elemen penting dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011), interaksi antara staf dan pelanggan adalah kunci untuk membangun hubungan yang baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Teori tentang Pelanggan / Konsumen

Pelanggan atau konsumen adalah individu yang menggunakan produk atau layanan dari sebuah bisnis. Dalam konteks kepuasan pelanggan, Teori Kepuasan Pelanggan dari Oliver (1980) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harapan yang dimiliki pelanggan terhadap produk atau layanan dan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau layanan yang diterima.