

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Penduduk Indonesia semakin padat setiap tahunnya. Selain semakin padat, penduduk Indonesia pun semakin konsumtif dalam melakukan transaksi. Salah satu kegiatan konsumtif masyarakat saat ini yaitu dengan konsumsi makanan dan minuman. Masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman, mereka lebih memilih mengonsumsi jajanan kuliner atau makanan siap saji. Oleh karena itu perusahaan perlu membuat strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan serta bertahan dalam persaingan bisnis. (Kristanto, 2018).

Pada era globalisasi ini jumlah produk yang bersaing dalam pasar menjadi penentu pelanggan memilih ragam pilihan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih keinginan pelanggan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sedang berkembang pesat saat ini salah satunya yaitu bisnis kuliner. Pertumbuhan yang semakin banyak pada bisnis kuliner dijumpai di restoran dengan berbagai macam konsep tetapi menghasilkan produk dengan jenis yang sama. (Martiana & Apriani, 2018).

Masalah yang muncul pada Kafe Garasi Kopi dimana adanya peningkatan jumlah cafe dan ketatnya persaingan pada industri makanan dan minuman di kota Bekasi. Karena cafe sendiri banyak diminati oleh para pelaku usaha karena gaya hidup manusia sekarang menyukai perubahan yang biasanya minum kopi di rumah, sekarang lebih memilih untuk minum kopi di kafe sambil mengerjakan tugas akhir, pekerjaan kantor, atau sekedar berkumpul bersama kerabat dekat. (Fitriyanto, 2017).

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2020  
 Data Penjualan Kafe Garasi Kopi Tahun 2020

Bulan	Penjualan
Januari	Rp. 6.750.000
Februari	Rp. 5.955.000
Maret	Rp. 1.833.000
April	Rp. 1.445.900
Mei	Rp. 1.195.000
Juni	Rp. 1.238.000
Juli	Rp. 1.020.000
Agustus	Rp. 2.105.000
September	Rp. 2.473.000
Oktober	Rp. 1.956.000
November	Rp. 6.320.000
Desember	Rp. 5.758.000

Sumber : Owner Kafe Garasi Kopi .

Tabel 1.2 Data Penjualan Tahun 2021  
 Data penjualan Kafe Garasi Kopi Tahun 2021

Bulan	Penjualan
Januari	Rp. 3.933.000
Februari	Rp. 2.569.000
Maret	Rp. 1.780.000

Sumber : Owner Cafe Garasi Kopi

Dari tabel 1 dan 2 fluktuasi angka penjualan di Kafe Garasi Kopi, tersebut terjadi karena adanya persaingan dari ragam jenis masing - masing produk yang tersedia sesuai dengan kualitas rasa, menu dan harga yang dimiliki yang mampu memenuhi selera pelanggan. Melihat kondisi ini maka pihak manajemen perusahaan harus melakukan sebuah perubahan dengan menghadirkan inovasi baru agar dapat memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Dengan begitu rasa percaya pelanggan untuk tetap menjadi pelanggan setia dengan melakukan pembelian berulang-ulang pada Kafe Garasi Kopi serta merekomendasikan kepada pihak lain secara perorangan. (Fitriyanto, 2017).

Untuk dapat bertahan dan berkembang, pengelola bisnis bertema kopi dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas pelayanan, produk dan harga dalam upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan bisnis ini. Kepuasan pelanggan bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu secara langsung terlibat dalam mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut. (Fitriyanto, 2017).

Kepuasan merupakan perasaan puas atau senang yang dialami seseorang setelah menerima produk yang diinginkan dengan harga dan kualitas yang baik serta layanan yang didapatkan sangat memuaskan. Dengan memperhatikan aspek khususnya kepuasan pelanggan, maka memungkinkan pelanggan untuk

membeli ulang dan pelaku usaha diuntungkan dengan mendapatkan profit yang cukup besar. (Kristanto, 2018).

Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian pelanggan pada tingkat layanan yang telah diterima oleh pelanggan, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memberikan rasa puas. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada pelanggan. (Mariansyah & Syarif, 2020).

Salah satu faktor penentu keberhasilan bisnis adalah melihat pada kualitas produknya. Kualitas produk ini berasal dari persepsi setiap pelanggan mengenai pembelian pada produk, khusus para penikmat kopi produk berpengaruh terhadap ketertarikan pelanggan.

Di sisi lain, untuk menunjang kualitas pelayanan, kualitas produk, faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga. Harga juga merupakan pengaruh penting bagi laba perusahaan. Harga juga mempunyai peran utama dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan. (Juliadi, 2020).

Menurut Kotler dan Armstrong (2003), menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang diturunkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. (Avianty & Waloejo, 2019).

Bedasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Garasi Kopi”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah yang telah di uraikan di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Kafe Garasi Kopi
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Kafe Garasi Kopi
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Kafe Garasi Kopi
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Kafe Garasi Kopi.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang berfungsi untuk menjawab perumusan masalah yang dikemukakan. Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kafe Garasi Kopi.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Kafe Garasi Kopi.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kafe Garasi Kopi.
4. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kafe Garasi Kopi.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan yaitu :

1. Bagi peneliti

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan peneliti mengenai materi yang dibahas maupun metode yang digunakan dalam meneliti khususnya tentang manajemen pemasaran.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah wawasan pembaca dan ilmu pengetahuan dalam kaya ilmiah terutama bidang pemasaran.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan serta memberikan informasi mengenai konsep pemasaran, khususnya menentukan kepuasan pelanggan.

4. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi mahasiswa sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih baik nantinya.

### **1.5 Batasan Masalah**

Membatasi permasalahan perusahaan guna menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas yang tidak berkaitan dengan pokok masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada Kafe Garasi Kopi Bekasi
2. Objek yang diteliti yaitu para para konsumen Kafe Garasi Kopi di Bekasi
3. Variabel yang diteliti yaitu Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan di Kafe Garasi Kopi Bekasi.
4. Periode pengambilan data dari konsumen Kafe Garasi Kopi dari bulan Mei 2021 - Juni 2021.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan skripsi ini untuk memudahkan saat penelitian ini, peneliti membaginya dalam lima Bab, dengan tahapan sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada Bab ini peneliti menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan peneliti, manfaat peneliti, batasan masalah serta sistematika penulisan

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka sesuai teori teori, landasan dan kajian yang digunakan sebagai dasar analisis, tinjauan penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini menjelaskan gambaran tentang profit perusahaan dan visi misi perusahaan, karakteristik responden, dan analisa data.

**BAB V : PENUTUP**

Rangkuman pembahasan dari Bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi perusahaan atau pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**