

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Coffee shop saat ini merupakan salah satu faktor pendukung dalam sektor pariwisata, dimana mereka memiliki peminat khusus. Khususnya konsumen yang tertarik pada cita rasa khas pada kopi yang unik. Perkembangan bisnis coffee shop saat ini paling cepat didunia menjadi tren berbagai gaya dan tema bermunculan masing-masing coffee shop untuk menarik dan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Mulai dari bahan baku kopi yang digunakan, kreasi menu coffee yang ditawarkan mempunyai aneka metode seduh kopi serta menu makanan pendamping coffee. Semuanya dipikirkan betul-betul oleh pemilik usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan permasalahan penting bagi produsen. Sebab melalui pelanggan yang merasa puas terhadap produk yang dibelinya akan berperilaku positif bagi perusahaan, antara lain menjadi loyal, melakukan pembelian ulang, serta menyebar ke orang lain dari mulut ke mulut (Nurdiansyah dan Matadji, (2016) dalam Sativa et al., (2019)). Banyak coffee shop yang bermunculan mengakibatkan para pemilik usaha berupaya untuk memenangkan persaingan. Oleh sebab itu, pengusaha coffee shop dituntut untuk memiliki kreativitas dalam menciptakan produk rasa minuman yang dijual, sehingga membedakan dengan produk minuman hasil jualan coffee shop lainnya dan dapat bertahan dalam persaingan.

Harga adalah satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran eceran tersebut yang akan mendatangkan laba bagi peritel. Dalam strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan- kegiatan dalam coffee shop yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi coffee shop. Menurut Hurriyati (2010) dalam Armyanto, (2020), harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan, yaitu peranan alokasi dari harga

adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya.

Kawulamuda coffee adalah coffee shop yang berada di daerah Bekasi Timur merupakan salah satu yang paling di minati oleh masyarakat atas ataupun menengah. Kawulamuda mempunyai tagline “usia hanya angka, jiwa tetap muda” dimana bukan hanya kalangan muda saja yang tertarik datang tetapi usia tua pun bisa menghabiskan waktunya di cafe tersebut, desain dari cafe tersebut pun sangat amat membuat orang nyaman dan betah.



Dari grafik diatas menggambarkan seiring berjalannya waktu, Coffee shop mengalami peningkatan konsumsi oleh konsumen. Minum kopi kini sudah menjadi gaya hidup bagi remaja milenial , dan bukan sekedar minuman penghilang rasa kantuk. Ini tercermin dari menjamurnya kafe atau kedai-kedai penjual minuman kekinian.

Berdasarkan pusat data dan sistem informasi Kementerian Pertanian, Konsumsi kopi nasional pada tahun 2006 mencapai 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 de prediksi tumbuh rata-rata 8,22% per tahun. Pada 2021 pasokan kopi di prediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton.

Sekita 94,5% produksi kopi di Indonesia dipasok dari pengusaha kopi perkebunan rakyat. Adapun 81,87% produksi kopi nasional merupakan jenis robusta yang berasal dari sentra kopi Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur dan Jawa Tengah.

Maraknya penggemar kopi yang semakin meningkat membuat para konsumsi kopi pun makin naik, tidak hanya konsumsi kopi saja yang meningkat melainkan para pangsa pesaing pun banyaknya bermunculan dimana-mana dan para pesaing bersaing dengan ketat.

Tabel 1. 1 Data Penjualan

<b>Bulan 2019/2020</b>	<b>Jumlah produk terjual (pcs)</b>	<b>Penjualan kotor</b>	<b>Presentase</b>
<b>Oktober</b>	<b>589</b>	<b>Rp. 10.536.999</b>	<b>22%</b>
<b>November</b>	<b>476</b>	<b>Rp. 8.517.000</b>	<b>18%</b>
<b>Desember</b>	<b>517</b>	<b>Rp. 9.761.000</b>	<b>19%</b>
<b>Januari</b>	<b>435</b>	<b>Rp. 8.942.000</b>	<b>16%</b>
<b>Februari</b>	<b>420</b>	<b>Rp. 8.636.000</b>	<b>16%</b>
<b>Maret</b>	<b>249</b>	<b>Rp. 5.119.000</b>	<b>9%</b>
<b>Total</b>	<b>2.686</b>	<b>Rp. 51.558.999</b>	<b>100%</b>

Sumber: Owner Kawulamuda

Terjadi penurunan penjualan berdasarkan data diatas penjualan kawulamuda bekasi disebabkan karna konsumen menjadi kurang loyal dan tidak melakukan pembelian ulang maka dari itu saya akan melakukan penelitian ini lebih lanjut kira-kira apa yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen tersebut maka dari itu saya ingin teliti ulang berdasarkan dari variable Kualitas pelayanan apakah dari pelayanan yang diberikan oleh para barista kurang memberikan kepuasan dan kenyamanan konsumen, apakah tempat dan suasana kurang mendukung yang mengakibatkan konsumen tidak tertarik untuk datang. Harga apakah harga tidak sesuai dengan pangsa pasar dan para pesaing di daerah tersebut

Dalam penelitian ini tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen dalam hal loyalitas konsumen dan juga konsumen dalam melakukan pembelian ulang ditinjau dari harga produk dan layanan.

Dua variable tersebut akan saya jadikan variable independent untuk mencari tau bagaimana kepuasan konsumen ini sehingga nantinya konsumen menjadi loyal dan melakukan pembelian ulang sehingga nantinya ditahun berikutnya akan terjadi peningkatan penjualan.

## **1.2 Rumusan masalah**

Dari latar belakang diatas diperoleh fenomena terkait dengan judul penelitian yang dapat di indentifikasi masalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen coffee shop kawula muda?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen coffee shop kawula muda?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen coffee shop kawula muda?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen coffee shop kawula muda.
2. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas harga terhadap kepuasan konsumen coffee shop kawula muda.
3. Untuk menganalisa dan mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas harga terhadap kepuasan konsumen coffee shop kawula muda.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi penulis

Penelitian ini sangatlah penting dan bermanfaat bagi penulis karna dapat menambah pengetahuan penuli.

2. Bagi pembaca

Penelitian ini juga sangat penting bagi pembaca karna, pembaca juga mendapatkan ilmu pengetahuan dalam karya ilmiah terutama pada bidang pemasaran

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini sangat penting bagi perusahaan kopi kawula muda agar penelitian karya ilmiah ini bisa dijadikan bahan masukan atau koreksi agar permasalahan yang terjadi tidak terulang lagi.

#### **1.5 Batasan masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai.

## **1.6 Sistematika penulisan**

Sistematika dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik.

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab berisi tentang kepuasan konsumen, kualitas layanan, harga, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

### **Bab III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis mengemukakan metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan implementasi.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang profil organisasi/perusahaan, hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.