

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kedai kopi berkembang sangat pesat, terutama dari banyaknya produsen yang masuk ke pasar industri *Food n Beverage* dengan berbagai tawaran produk minuman yang menarik baik dari kualitas pelayanan dan harga. Dari sisi konsumen, saat ini melihat produk minuman bukan saja dari sisi kebutuhan, tetapi juga dari sisi kenyamanan.

Konsumen sering kali masuk ke sebuah kedai kopi ketika mengetahui harga dan juga terlihat nyaman. Konsumen sering membandingkan minuman kopi dan kualitas pelayanan dari setiap kedai yang berbeda untuk memilih minuman kopi terbaik dengan harga yang menarik. Dari perbandingan harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Karena banyaknya jenis biji kopi di Indonesia, satu kedai kopi harus mampu bersaing dengan kedai kopi lain untuk menjual produknya ke konsumen.

Berbagai usaha ditempuh kedai kopi untuk menghasilkan produk minuman kopi yang berkualitas, antara lain dengan menerapkan kontrol yang ketat pada setiap proses mulai dari penyiapan bahan baku sampai penyimpanan bahan produk.

Beberapa orang berpikir bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas, tetapi konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas

dengan harga yang dibayarkan. Kualitas produk yang baik dan harga terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk minuman kopi tertentu. Dari sisi produsen, kedai kopi memang memiliki peluang besar dalam memasarkan produknya ke konsumen. Ketika cara kualitas pelayanan yang baik telah mampu untuk membangun karakter produk dan memberikan *value proposition*, kemudian menyampaikan karakter produk tersebut kepada pelanggannya secara unik, berarti kedai kopi tersebut telah memberikan suatu kekuatan emosional lebih dari kekuatan rasional yang dimiliki oleh produk tersebut. Hal ini mendorong pelanggan untuk mengasosiasikan hal-hal positif dalam pikiran mereka ketika memikirkan merek produsen. Dalam memilih kedai kopi, harga akan menjadi pertimbangan konsumen saat menentukan pilihannya. Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran dimana harga dapat memengaruhi konsumen untuk tertarik membeli suatu produk. Bagi konsumen, harga bukanlah sekedar nilai tukar barang atau jasa. Sebetulnya, harga tidak dilihat dari seberapa murah maupun seberapa mahal, tetapi juga mengenai tingkat keunggulan persaingan dan tingkat kesesuaian harga.

Dunia bisnis saat ini berkembang sangat pesat, menjadi tantangan atau ancaman bagi para pengusaha untuk memenangkan persaingan dan bertahan dalam bisnis. Dalam sebuah bisnis, pada dasarnya bisnis bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya agar bisnis tidak tertinggal di antara para pesaing. Dengan seiring majunya perkembangan zaman, kehidupan manusia, budaya, serta kemajuan globalisasi, nilai-nilai budaya berubah dari masyarakat sosial menjadi lebih individual. Masyarakat mulai mengalami

kemajuan seperti tingkatan rutinitas yang semakin tinggi. Jadwal yang sibuk dan rutinitas yang tinggi membuat masyarakat kota membutuhkan sedikit waktu luang untuk bersantai setelah rutinitas harian mereka. Kegiatan yang dilakukan untuk menghilangkan kepenatan biasanya dengan bersantai sejenak di kedai kopi.

Dengan semakin banyaknya pelaku bisnis yang masuk ke sektor kedai kopi, para pelaku bisnis semakin menemukan banyaknya tantangan dalam menciptakan diferensiasi yang kreatif dan inovatif supaya bisa tetap bertahan dan tidak tertinggal dari para pesaingnya. Bisnis bersaing untuk menghasilkan keuntungan dan bertahan dalam persaingan yang semakin meningkat ini. Hal ini dilakukan tidak hanya untuk tetap kompetitif, tetapi juga untuk memungkinkan perusahaan dapat terus berkembang di masa depan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih baik untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Daya tarik sebuah kedai kopi dapat dirancang dengan banyak cara, seperti dengan merencanakan faktor harga dan layanan kedai dengan sebaik mungkin. Para pelaku usaha kedai kopi juga perlu mempersiapkan harga dan kualitas pelayanan kedai dengan sebaik mungkin agar pelanggan yang mengunjunginya dapat menghabiskan waktunya dengan nyaman. Penyesuaian harga sesuai dengan pasar tempat yang ada dan juga bagaimana menjunjung tinggi kualitas pelayanan untuk faktor kenyamanan pelanggan dan loyalitas pelanggan, seperti memberikan *greeting* kepada *customer*, memastikan tempat yang bersih, memprioritaskan kenyamanan pelanggan, juga mendengarkan dan menerima masukan pelanggan dan ramah terhadap pelanggan dengan memberikan senyum. Hal ini dapat

diimplementasikan dalam konsep loyalitas pelanggan agar pengunjung dapat merasa nyaman, rileks, dan menikmati suasana sekitar.

Selain loyalitas pelanggan, pelaku usaha juga harus memperhatikan lokasi kedai. Lokasi sangat erat kaitannya dengan kedai yang dibangun untuk menentukan harga. Dengan memilih lokasi yang tepat, perusahaan akan dengan mudah menentukan harga jual, memiliki harga jual yang sesuai dengan lokasi merupakan kenyamanan isi kantong banyak orang sebagai target pasar sehingga kedai kopi akan lebih mudah untuk memperjualkan produk dagangannya. Artinya, harga yang tepat akan membuat pelanggan lebih tertarik dan ingin membelinya kembali berdasarkan harga. Harga sangat erat kaitannya dengan kedai yang sedang dibangun karena kedai bergerak maju dengan memilih lokasi yang sesuai dengan pasarnya. Tempat yang bersih, nyaman, memiliki lahan luas, tersedia lahan parkir, dan mudah dijangkau adalah beberapa kriteria yang banyak diminati pelanggan sebagai faktor layanan dari kedai kopi.

COFFEE		NON-COFFEE	
Americano	13k	Chocolatte	15k
Kopi Susu	★ 15k	Red Velvet	15k
Cappucino	16k	Taro	15k
Caffe Latte	16k	Mango Creamy	★15k
Vanilla Latte	16k	Matcha lattee	15k
Hazelnut	16k	Choco Banana	★18k
Caramel latte	16k		
Mochacino	16k	MOCKTAIL	
Avocado Coffee	★ 16k	Blue Bird	15k
Irish coffee	16k	One Peach	15k
Aren Coffee	★ 18k	Black Lemon	★ 15k
Caramel Machiato	18k	Coffee Barry	15k
Tiramisu Coffee	18k		
Lebah Coffee	18k	MAKANAN	
MANUAL BREW		Mie	8k
Tubruk	10k	Mix Plater	18k
Single Origin	15k - 20k		
Japanese	15k - 20k		
TEA			
Tea Ranum	13k		
Lemon Tea	★ 15k		
Tea Barry	15k		

@gimmickdcoffee

Sumber: Gimmick D Coffee

Gambar 1. 1 Harga menu kedai kopi Gimmick D Coffee

Harga dan kualitas pelayanan dapat melekat dibenak konsumen dengan baik, apabila harga dan kualitas pelayanan tersebut dapat memberikan kepuasan pelanggan. Persaingan antar harga dan kualitas pelayanan dalam industri food n beverage khususnya di Indonesia semakin ketat. Industri *food n beverage* sering dijumpai di pinggir jalan besar, mall hingga di area perumahan. Maraknya persaingan antar industri ini membuat perusahaan atau pemasar harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan dari kedai kopi berkaitan dengan ingatan atau sensasi dari pengalaman konsumen yang pernah membeli produk tersebut. Semakin tinggi kualitas yang dimiliki maka akan melekat dalam benak konsumen, kemungkinan besar kualitas pelayanan yang baik tersebut dipertimbangkan dalam pembelian

dan kemungkinan besar merek tersebut dipilih oleh konsumen karna mempertahankan rasa puas antara kedai dan konsumen. Selain kualitas pelayanan yang baik, harga juga mempunyai pengaruh yang dominan untuk menciptakan kepuasan pelanggan (Arif et al., 2020) dalam (Tri S, 2020).

Kedai kopi Gimmick D Coffee berada pada kabupaten bekasi yang berada di kecamatan tambun selatan. Kedai kopi ini menyediakan berbagai macam jenis minuman kopi maupun bukan kopi serta berbagai macam menu makanan serta cemilan. Kedai kopi Gimmick D Coffee begitu disenangi oleh pelanggan yang datang dari berbagai macam kalangan seperti mahasiswa, pekerja, ataupun keluarga. Bahkan, ada juga mereka yang datang seorang diri. Fenomena yang terjadi pada kedai kopi Gimmick D Coffee yaitu banyaknya pelanggan yang tiba lantaran para pelanggan tertarik dengan konsep harga pada kedai kopi Gimmick D Coffee yang mempunyai konsep kualitas pelayanan yang sangat unik yakni dengan cara melayani secara baik untuk memenuhi rasa kepuasan pelanggan. Kendati demikian secara keseluruhan tetap membawa karakteristik ciri khas minuman yang diberikan dari kedai kopi Gimmick D Coffee, utamanya pada menu *coffee manual brew*. Minuman utama ini berupa *coffee filter* secara manual tanpa mesin, berdasarkan kemampuan dalam pembuatannya menjadikan menu ini yang paling nikmat untuk ngopi sembari menikmati suasana sore hari. Ditambah lagi dibagian *coffee* dengan *best* susu yang sangat *creamy* yang diracik begitu segar untuk menyegarkan dari rasa dahaga dengan harga yang sangat terjangkau.





**Sumber: Kopi Gimmick D Coffee**

**Gambar 1. 2 kualitas Pelayanan Kopi Gimmick D Coffee**

Berdasarkan asumsi bahwa konsumen lebih cenderung memilih kedai kopi dengan harga dan dengan kualitas pelayanan yang baik untuk merasa puas. penulis melihat adanya fenomena mengenai Pengaruh harga, kualitas pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan. Dilihat dari harga produk dimana sebagian harga pada produk minuman kopi Gimmick D Coffee terbilang cukup murah, sehingga hal apa yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk minuman kopi Gimmick D Coffee.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih rinci mengenai pengaruh harga, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kedai kopi Gimmick D Coffee. Penulis memilih kedai kopi Gimmick D Coffee sebagai tempat penelitian.

## **1.2 Batasan masalah**

Dalam penulisan skripsi ini, penulisan memberikan batasan masalah pada bab pembahasan tentang “Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan pada Kedai kopi Gimmick D Coffee”, sehingga apa yang diuraikan pada penelitian tidak akan menyimpang dari permasalahan yang diidentifikasi.

## **1.3 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga produk pada Gimmick D Coffee berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan pada Gimmick D Coffee berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang baik penentu loyalitas pelanggan?

## **1.4 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Gimmick D Coffee
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Gimmick D Coffee



3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Gimmick D Coffee
4. Untuk mengetahui harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Gimmick D Coffee

### **1.5 Manfaat penelitian**

Dari hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berhubungan dengan penelitian antara lain :

1. Bagi peneliti

Dari penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya kedalam dunia praktek manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas pelanggan pada Kedai kopi Gimmick D Coffee

2. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Memberikan beberapa informasi kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan perbandingan bagi peneliti lain sebagai wujud Universitas Bhayangkara Jakarta Raya terutama Fakultas Ekonomi khususnya program studi Manajemen.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membagi kedalam lima (5) bab, yang mana dalam setiap babnya terfokus pada suatu permasalahan. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada setiap bab nya, yaitu:

- BAB I** Pendahuluan pada bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II** Telaah pustaka pada bab ini mengemukakan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat menyimpulkan suatu hipotesis dan variabel penelitian.
- BAB III** Metode penelitian pada bab ini menjelaskan dan menguraikan tentang lokasi penelitian, jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan dari data serta analisa apa saja yang tepat untuk digunakan.
- BAB IV** Bab ini membahas profil bisnis, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB V** Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan hasil seluruh penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, serta mengemukakan saran yang berkaitan dengan permasalahan yang telah dibahas dalam penelitian skripsi ini.