

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memenuhi kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain merupakan faktor bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, pemenuhan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Pelanggan yang puas dengan produk atau layanan dapat membeli dan menggunakan kembali produk jika kebutuhan yang sama kembali di masa depan. Artinya, kepuasan merupakan faktor penting dalam pembelian ulang konsumen dan memiliki pangsa pasar terbesar tergantung pada volume penjualan perusahaan dengan kata lain.

Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada persepsi dan harapan pelanggan itu sendiri. Faktor-faktor harapan pelanggan waktu melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh pelanggan, ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu mengkonsumsi barang atau jasa dan pengalaman sahabat-sahabat yang sudah mengkonsumsi barang atau jasa. Jadi,kepuasan pelanggan yaitu suatu perasaan seseorang yang dimana merasakan puas terhadap barang atau jasa yang di pakai.

Beberapa pendapat telah diungkapkan terkait dengan masalah kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2017) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang telah membandingkan suatu produk atau jasa. Menurut Arianty, Jasin, Nasution dan Christiana (2016) kepuasan konsumen adalah Perasaan konsumen setelah menerima apa yang mereka terima sesuai dengan harapan. Jadi, kepuasan pelanggan berkaitan dengan suatu perasaan pelanggan yang merasakan puas pada produk dan jasa dalam perusahaan. Artinya apabila pelanggan merasakan puas akan suatu produk dan jasa tentunya pelanggan tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk dan jasa secara terus menerus

Harga sebagai suatu nilai yang dinyatakan pada rupiah atau uanga. Namun, pada keadaan nya ada yang menguasai gap harga sebagai menjadi jumlah yang

dibayarkan oleh seorang pembeli. Dalam hal ini, harga adalah suatu cara bagi seseorang penjual untuk membedakan penawarannya menurut para pesaing. Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur menggunakan jumlah uang yang dikeluarkan oleh seorang pembeli untuk menerima sejumlah kombinasi barang atau jasa berikut pelayanannya. Harga merupakan faktor penting yang berkaitan dengan produk. Harga secara umum suatu strategi pada pemasaran perusahaan dalam rangka untuk meningkatkan penjualan dalam jasa atau barang. Harga sangat penting hal utama yang konsumen beli barang terutama hal pelanggan membeli barang, konsumen kelas menengah ke bawah, terutama dalam pemasaran, penetapan harga menjadi kekuatan untuk bersaing di pasar Farida dan Tarmizi (2016). Menurut Alma (2013) harga adalah nilai kemungkinan barang dinyatakan dalam uang. Oleh karena itu, definisi harga adalah alat pengukuran dasar untuk sistem ekonomis karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi dan juga bisa memberi harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi produk dan layanan terkait.

Kualitas pelayanan pelanggan (*customer service quality*) dapat dibagi menjadi dua kriteria, yaitu kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas layanan ini tidak permanen atau ketat, tetapi fleksibel dan beragam. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan lebih lanjut. Kualitas proses perubahan layanan harus mendukung proses. Misalnya, survei atau pengamatan pelanggan, termasuk pengajuan, pendapat dan umpan balik terkait layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan pondasi terpenting perusahaan untuk menentukan kepuasan pelanggan. Jika suatu perusahaan dapat menyediakan produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen, maka produk dan jasa dapat diartikan baik.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dicapai dengan membandingkan jenis layanan perusahaan dengan jenis layanan lainnya. Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellent*) yang dibutuhkan dan pengendalian atas keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan Tjiptono (2018). Sedangkan menurut Hasan (2010), kualitas layanan diartikan sebagai karakteristik dan atribut layanan yang memengaruhi kemampuan karyawan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan

sebagai proses dalam perusahaan untuk mengetahui tingkat pelayanan kepada karyawan terhadap pelanggannya.

Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk mengamati pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil yang berbeda – beda. Sinta (2021) dan Santoso (2019) menyatakan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian ini bertolak belakang Wulandari, Rakhmawati dan Budiasih (2020) dan Pasharibua, Paramitab, Febrianto (2018) yang menyatakan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nugraha (2020) dan Nurhadi dan Azis (2018) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan bertolak belakang Andalusi (2018) dan Maimunah (2019) kualitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari uraian di atas jelas banyak faktor yang kepuasan pelanggan beberapa faktor yang banyak diteliti adalah harga dan kualitas pelayanan namun demikian hasil penelitian tidak terlalu menunjukkan konsistensi. Misalnya Sinta (2021) yang melaporkan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tetapi Wulandari, Rakhmawati dan Budiasih (2020) tidak menemukan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nugraha (2020) melaporkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Maimunah (2019) tidak menemukan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini penting dilakukan karena pada penelitian-penelitian sebelumnya masih banyak ditemukan hasil penelitian yang berbeda (*research gap*), harga dan kualitas pelayanan dapat dijadikan dasar yang lebih baik dalam kepuasan pelanggan.

Sejarah kopi di Indonesia dimulai ketika gubernur Belanda Malabar (India) mengirimkan benih kopi Yaman atau kopi arabika (*Coffea arabica*) kepada gubernur Batavia (sekarang Jakarta) Belanda pada tahun 1696. Bibit awal ini gagal tumbuh karena dari banjir di Batavia. Pengiriman biji kopi kedua ke Batavia diyakini terjadi pada tahun 1699. Tanaman itu tumbuh subur dan pada tahun 1711 pengiriman ekspor pertama dikirim dari Jawa ke Eropa oleh perusahaan dagang Belanda yang dikenal dengan VOC (*Vereniging Oogst Indies Company*), ekspor

meningkat menjadi 60 ton per tahun. Indonesia adalah tempat kopi pertama kali ditanam secara luas di luar Arab dan Ethiopia. VOC memonopoli perdagangan kopi dari tahun 1725 hingga 1780.

Dengan pesatnya perkembangan bisnis kopi saat ini, banyak pengusaha pemula yang berlomba-lomba menciptakan inovasi baru. Tentang dekorasi kemasan produk dan kafe yang menarik, dalam peracikan kopi, peran seorang barista kopi diperlukan untuk membuat kopi menjadi menarik dan nikmat. Para pecinta kopi merasa dimanjakan dengan racikan spesial yang semakin menonjolkan cita rasa kopi. Kota dengan kafe terbanyak adalah kota Bandung. Julukan Bandung, Kota Kembang, telah melahirkan berbagai konsep dan ide menarik, terutama dihadirkan oleh para pengusaha kopi, untuk mengaplikasikan desain yang unik. Salah satu tempat pertemuan hari ini di Bekasi adalah Work Coffee Indonesia, tepat di lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta raya.

Terdapat banyak pilihan menu kopi yang disajikan di tempat ini, salah satunya adalah Javanese Latte, minuman ini adalah campuran antara es kopi dengan perpaduan foam dan susu yang diracik secara acak dengan rasa yang manis, Selain itu adapula beberapa pilihan menu kopilainnya, seperti Piccolo, Cappucino, Cream Brulle, Coffee Matcha Latte dan Baby Chino. Harga yang ditawarkan dari menu pilihan kopi ini mulai dari Rp 15,000 hingga Rp 32,000. Jika tidak menyukai beragam varian kopi, maka ada juga pilihan menu non-kopi yaitu Peach Smoothies, Banana Smoothies dan Strawberry Smoothies. Namun, dari semua itu, Strawberry Smoothies bisa menjadi pilihan terbaik untuk dipesan di Work Coffe Indonesia. Pengunjung juga dapat memanfaatkan koneksi WiFi gratis yang disediakan oleh Work Coffee untuk memenuhi kebutuhan mereka.. Melihat saat ini, banyak anak muda jaman sekarang yang disibukan dengan berbagai aktivitas hingga memerlukan satu tempat yang nyaman, menjadikan tempat ini cocok untuk bersantai atau sekadar mengerjakan tugas. Pengunjung yang ingin datang Work Coffe harus melakukan protokol kesehatan dan kebijakan ini haruslah diterapkan dengan baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas jelas bahwa penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan perlu dilakukan hal ini mengingat penelitian sebelumnya yang tidak konsisten terhadap perusahaan jasa .

Di coffee shop pada cabang Ubhara Jaya bisa ditemui berbagai menu kopi dan menu non-kopi. Berlokasi di kampus bhayangkara Bekasi, kafe ini berkonsep *outdoor* dan dikelilingi pepohonan, memberikan suasana yang sangat tenang. *Work coffee* kopi ini ramah lingkungan (tanpa plastik), jadi pengunjung yang ingin membawa pulang kopi harus membawa mug sendiri, jika pengunjung ingin menikmati kopi di tempat bisa memakai gelas yang sudah disediakan.

Rumusan masalah ini diambil dari rangkuman permasalahan yang menjelaskan beberapa faktor untuk mengetahui kepuasan pelanggan sebagai berikut :

1. Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan work coffee?
2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan work coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan work coffee.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan work coffee.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi ataupun tambahan pengetahuan bagi pelanggan maupun kalangan akademisi.

1. Manfaat Teoritis (Empiris)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu wawasan yang bermanfaat di bidang Manajemen pemasaran khususnya terkait pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Work Coffee. dan civitas kampus universitas bhayangkara Jakarta raya

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk memahami kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik dan dapat dijadikan wawasan untuk memahami kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan .

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam pembahasan penelitian ini yakni fokus penelitian hanya pada pengaruh harga dan kualitas pelanggan Work coffe terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Penjelasan mengenai latar belakang, rumusan permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat dari penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan terdapat pada BAB I .

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori dan pengertian yang berhubungan dengan pembahasan yaitu pengaruh harga,kualitas pelayanan,dan kepuasan pelanggan serta berbagai referensi yang mendukung dijadikan sebagai landasan berpikir dalam penyusunan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Penjelasan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu beserta tempat penelitian, metode pengambilan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data penelitian ini terdapat pada BAB III.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data dan pembahasan (diskusi) hasil penelitian terdapat pada BAB IV.

BAB V PENUTUP

Penjelasan mengenai kesimpulan dan implikasi manajerial dari penelitian ini terdapat pada BAB V.

