BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha yang semakin meningkat, membuat para pebisnis menjadi semakin ketat dalam persaingan (Hendro, 2011). Dalam bisnis kuliner memang sangat menjanjikan untuk membuka suatu usaha baik di perkotaan maupun di pedesaan. Hal ini membuat para pengusaha – pengusaha memulai bisnisnya dalam bidang kuliner kedai kopi, karena trend bisnis tersebut bertumbuh pesat tentunya, ada beberapa faktor yang membuat bisnis tersebut sangat mempengaruhi menjadi lebih sukses dari bisnis kuliner lainnya (Wiktionary, 2010:22).

Naturalis Koffie adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner minuman kopi dengan memberikan kenyamanan kepada konsumen melalui harga dan kualitas produk sebaik mungkin sehingga menarik banyak konsumen. Harga menjadi cakupan beberapa faktor yang sangat penting bagi kepuasan konsumen untuk memutuskan membeli dan membandingkan antara harga dan produk tersebut. Sebenarnya pada zaman yang sudah modern ini, banyak konsumen yang lebih teliti dalam melakukan suatu pembelian khususnya pada harga produk yang akan dibeli (Andi, 2015:128).

No	Merek	Menu	Harga
1	Naturalis Koffie	Cafe Latte	Rp. 24.000
2	Gerobak Kopi Bang Raden	Cafe Latte	Rp. 18.000
3	Dawend	Cafe Latte	Rp. 22.000

Sumber : Data Diolah Penulis, 2022

Berdasarkan Tabel yang tertera, di cantumkan beberapa merek *Coffee Shop* yang harga dan kualitas produknya berbeda namun menu yang dicantumkan

pada menu mereka sama, yaitu menu Cafe Latte. Naturalis Koffie dengan harga sebesar Rp. 24.000, Gerobak Kopi Bang Raden dengan harga sebesar Rp. 18.000, dan Dawend dengan harga sebesar Rp. 22.000. Dari hasil perbandingan di atas, Naturalis Koffie memberikan harga yang relatif terjangkau.

Harga yang ditetapkan pada suatu pebisnis tidak menjamin selamanya akan stabil atau tidak mengalami naik turunnya harga pada produk tersebut (Prathama Rahardja, 2014). Pada zaman yang modern ini, para pebisnis harus sadar karena akan semakin banyak pebisnis kopi lainnya yang menggunakan bahan premium namun harga yang terjangkau. Namun, sampai saat ini banyak masyarakat yang berkunjung ke Naturalis Koffie tetapi semakin berjalannya waktu, Naturalis Koffie banyak memiliki pesaing, sebab performa Naturalis Koffie menurun.

Harga yang ditetapkan oleh pemilik Naturalis Koffie tidak selalu mendapat kesan murah dan terjangkau dari para konsumen. Masyarakat banyak yang menyukai harga dibawah pasar karena menurut konsumen, harga dan kualitas produk yang didapat sama saja namun beda tempat. Dengan ini banyak juga masyarakat yang merasa tidak puas dan adapula yang tidak kembali berkunjung ke Naturalis Koffie. Harga bukan hanya tentang angka – angka saja tetapi harga juga mempunyai fungsi sebagai acuan nilai jual produk yang mempermudah bertransaksi antara penjual dan pembeli. Berikut adalah beberapa review yang telah didapat dari beberapa konsumen Naturalis Koffie :

Table 1.1 Review negatif dari 50 konsumen Naturalis Koffie

Jumlah Survey	Review	Sumber
16 Orang	Harga yang diberikan pemilik Naturalis Koffie tidak sebanding dengan suasana tempatnya yang kurang estetika	Wawancara
14 Orang	Rasa tidak konsisten setiap hari	Wawancara
15 Orang	Kurang strategis suka membuat	Wawancara

	kemacetan	
5 Orang	Terlalu banyak es batu pada minumannya, sehingga rasa kopi berubah	Wawancara

Dari hasil penjualan dalam 1 hari target manajemen Naturalis Koffie mencapai 500 gelas per hari. Namun, dengan penjualan Naturalis Koffie yang semakin hari ternyata dalam 1 hari tidak mencapai 500 gelas, hanya 200 gelas – 300 gelas per hari, jadi belum memenuhi target manajemen.

Selain adanya harga sebagai alat nilai pada produk atau jasa suatu perusahaan, kualitas produk juga menjadi faktor yang mempengaruhi untuk penentuan kepuasan konsumen. Kualitas produk akan tercapai jika standarisasi kualitas terpenuhi, agar menjaga produk tetap berkualitas dan juga sekaligus menjaga kepercayaan konsumen agar tidak merasa kehilangan kepercayaan terhadap produk yang dijual ataupun bersangkutan. Kualitas produk juga salah satu yang bisa meningkatkan daya tarik pesaing (Kotler dan Armstrong, 2008). Seperti pengalaman konsumen dalam membeli produk, apabila konsumen menetap pada Naturalis Koffie, menjadi kelebihan untuk Naturalis Koffie namun menjadi guncangan tentunya dalam persaingan di bidang kuliner ini.

Dengan harga dan kualitas produk yang di berikan dari pemilik Naturalis Koffie tidak selalu menjamin para konsumen akan selalu merasa puas, di era *digital* seperti ini Naturalis Koffie termasuk yang jarang untuk mempromosikan produknya, sehingga jarang orang mengetahui bahwa apakah harga dan kualitas produk di Kedai Kopi ini baik atau kurang baik.

Kualitas produk menjadi acuan para konsumen dalam memilih produk atau jasa yang akan dipilih. Namun, adanya lokasi yang ditentukan untuk membuka usaha tentunya harus strategis dan mudah untuk dijangkau para konsumen. Lokasi yang ditempati oleh Naturalis Koffie mudah dijangkau para konsumen namun terkadang membuat kemacetan di jalan raya apabila Naturalis

Koffie mendapati konsumen yang ramai. Lokasi Naturalis Koffie juga kurang memadai untuk memberikan lahan parkir kendaraan bermobil yang luas, sedangkan 45% konsumen Naturalis Koffie menggunakan kendaraan bermobil.

Kepuasan konsumen tentu sangat penting bagi para pebisnis. Tentunya, konsumen akan kembali mengunjungi kedai kopi apabila merasa puas dengan berbagai layanan yang ada di kedai kopi tersebut. Selain itu, menurut Kotler (2010) kepuasan konsumen tergantung dengan emosinya setelah menerima produk yang dibeli, apakah konsumen merasa puas atau kurang puas terhadap produk tersebut. Ketika konsumen merasa puas atau kurang puas, konsumen akan tetap menciptakan promosi mulut ke mulut sesuai emosi yang diterima.

Kepuasan konsumen akan selalu berubah – ubah sehingga kualitas pelayanan yang harus diberikan dari perusahaan harus menyesuaikan dengan konsumen demi menjaga pelayanan dari perusahaan (Kotler, 1998). Konsumen akan memberikan penilaian pelayanan dan membandingkan dengan perusahaan atau kedai kopi lainnya yang sejenis, dan konsumen mengharapkan perlakuannya tetap sama antara perusahaan lain dengan perusahaan yang sedang di kunjunginya (Kristianto, 2011).

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka penulis perlu untuk membahas dan memperdalam masalah ini dan menjadikan objek ini dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Naturalis Koffie di Agus Salim Kecamatan Bekasi Timur”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Naturalis Koffie?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Naturalis Koffie?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Naturalis Koffie?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Naturalis Koffie?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Naturalis Koffie?
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Naturalis Koffie?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
Meningkatkan pengetahuan terkait dengan teori dan praktik dari apa yang sudah diperoleh selama masa perkuliahan.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi perusahaan untuk meningkatkan bahan pertimbangan sejauh mana Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Naturalis Koffie.
3. Bagi Almamater
Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah kajian ilmu serta referensi khususnya bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pemasaran.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang sudah dipaparkan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian agar lebih teratur dan terarah. Penelitian ini hanya fokus pada Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Naturalis Koffie di Agus Salim Kecamatan Bekasi Timur.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, dan dilanjutkan dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga batasan masalah kemudian sistematikan penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas tentang landasan teori yang menjabarkan dasar dalam perumusan hipotesis penelitian ini. Kemudian diuraikan dan digambarkan kerangka pemikirannya dari menganalisis penelitian tersebut dan terakhir hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang variable penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang digunakan untuk menganalisis suatu data yang diperoleh.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum, profil naturalis koffie, deskripsi lokasi penelitian, logo naturalis koffie, karakteristik responden, hasil analisis data, skema model PLS, *outer model*, *inner model*, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran.