

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini salah satu bisnis yang cukup diminati oleh para pelaku bisnis di Indonesia yaitu bisnis di bidang *food and beverage*, fenomena ini dapat terlihat dari banyaknya bisnis *food and beverage* dari skala kecil sampai besar yang terus bermunculan hingga saat ini. Hal ini menyebabkan setiap pelaku bisnis saling berkompetisi untuk menganalisis pasar serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat maka suatu bisnis memiliki peluang lebih untuk unggul dalam suatu persaingan yang kompetitif.

Salah satu bisnis *food and beverage* yang saat ini terus bermunculan yaitu kedai kopi kekinian. Fenomena ini sudah terlihat beberapa tahun terakhir dimana terdapat banyak kedai kopi kekinian dengan nama merek masing-masing yang terus bermunculan. Setiap kedai kopi menawarkan menu-menu yang variatif dengan racikan kopi tersendiri sehingga memiliki keunggulan masing-masing yang menyebabkan konsumen memiliki pilihan tersendiri dalam memilih dan membeli minuman kopi kekinian dari kedai-kedai kopi yang ada.

Tempat yang paling banyak dicari anak muda untuk melepas penat atau hangout bersama teman adalah kedai kopi (Fransiska & Saputra, 2020). Kota Bekasi berkembang pesat dan mengalami perubahan yang sangat penting. Industri kuliner yang sedang berkembang menawarkan berbagai ragam bisnis, termasuk restoran dan layanan catering yang populer seperti kafe, kedai kopi, toko roti, dan

steak house. Kehadiran banyak bisnis kuliner ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian Indonesia. Namun, dampak dari persaingan yang semakin ketat, terutama dalam bisnis kafe, menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha di sektor ini.

Pertumbuhan kedai kopi berkembang pesat dan semakin ketat persaingan bisnis yang ada saat ini (Putra,dkk., 2020). Adanya persaingan yang lebih kompetitif ini menimbulkan setiap pengusaha bisnis mempunyai banyak peluang untuk memperoleh minat dari para konsumen. Dari peningkatan persaingan bisnis ini dari pengusaha kuliner tentu nya harus memperhatikan kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen. salah satunya bisnis yag berkembang saat ini ialah bisnis kopi. Kopi merupakan salah satu jenis minuman non-alkohol yang paling banyak konsumsi secara global (Ge,dkk., 2020). Jumlah peminat kopi di indonesia semakin meningkat, sehingga kopi ini paling banyak dikonsumsi di seluruh Dunia



Gambar 1. 1 DATA KONSUMSI KOPI DOMESTIK INDONESIA

Sumber:ico,org,2021

Berdasarkan data konsumsi kopi domestik di Indonesia, terlihat bahwa konsumsi kopi di Indonesia tahun 2016 hingga tahun 2020 terus meningkat setiap tahunnya, terutama pada tahun 2020 yang dimana konsumsi kopi di Indonesia meningkat cukup signifikan dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2020 konsumsi kopi domestik yaitu sebanyak 5.000.000, sedangkan pada tahun 2019 sebanyak 4.806.000. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi pertanda bahwa kopi merupakan barang yang diminati banyak kalangan masyarakat di Indonesia.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif antar kedai kopi, maka diperlukan faktor kunci yang dapat membuat konsumen lebih memilih suatu kedai kopi. Oleh karena itu, setiap kedai kopi harus dapat memahami serta mencermati perilaku konsumen. Salah satu faktor kunci mengenai perilaku konsumen yaitu kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Afrilliana (2020:47), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah melakukan perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum dilakukan pembelian dengan persepsi terhadap kinerja pasca pembelian. Alasan kepuasan pelanggan penting untuk diperhatikan karena semakin banyak pelanggan yang puas, maka hal ini dapat membentuk pelanggan yang loyal sehingga mengakibatkan pendapatan perusahaan yang semakin meningkat karena konsumen akan cenderung loyal dalam membeli minuman dari kedai kopi tersebut. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu kunci perusahaan agar dapat lebih unggul dari kompetitor.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas layanan. Menurut (Santosa, 2023) kualitas pelayanan akan sangat berpengaruh di

dalam sebuah penjualan karena dengan sikap yang ramah dan baik akan menjadikan pelanggan suka dan terus kembali untuk membeli sebuah minuman atau makanan yang di jual. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa jika kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah kedai kopi semakin meningkat, maka kemungkinan besar pelanggan akan merasa lebih puas terhadap layanan yang diberikan oleh kedai tersebut. Mereka juga cenderung untuk kembali membeli minuman kopi dari kedai tersebut di masa depan karena merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, setiap kedai perlu menerapkan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang baik untuk menciptakan layanan yang berkualitas, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan

Selain itu hal lain yang membuat Kopi Kenangan ini banyak diminati pelanggan ialah fasilitas yang tersedia bagi konsumen yang berkunjung atau menikmati layanan yang disediakan di tempat tertentu sangatlah penting. Fasilitas tersebut menjadi nilai tambah yang signifikan di mata konsumen. Generasi milenial saat ini cenderung memperhatikan fasilitas yang tersedia di kafe yang mereka kunjungi. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan fasilitas-fasilitas tersebut guna memberikan kepuasan kepada para konsumen. Fasilitas yang umumnya diinginkan oleh konsumen meliputi akses wifi, stopkontak, area makan, area merokok, layanan Go-Food, toilet, dan area parker

Arabica Blend			R	L
Kopi Kenangan Mantan			18	24
Duo Shot Iced Shaken			22	28
Latte			18	24
Kopi Dolce			20	26
Cappuccino			18	25
Americano			15	19
Kopi Kelapa			19	25
Salted Caramel Macchiato			28	36
Mocha Latte			28	38
Avocado Coffee			24	32
Vanilla/Hazelnut/Caramel Latte			24	34

Light Coffee Series		
Ganti blend kopi kamu dengan Single Origin Arabica Kenangan Beans oleh Mikael Jasin yang lebih ramah di lambung!		

Milk Tea			R	L
Kenangan Milk Tea			18	24
Jasmine Earl Grey Milk Tea			18	24
Hazelnut Choco Milk Tea			22	28
Thai Tea / Thai Green Tea				18
Kenangan Matcha Indah			24	29
Hojicha Latte			24	29

Tea Blend			R	L
Jasmine Earl Grey Tea			15	18
Lemon Black Tea			18	24
Raspberry Hibiscus Lemon Tea			20	26

Gambar 1. 2 DATA MENU HARGA KOPI KENANGAN

Berdasarkan gambar diatas Kopi Kenangan di Kota Bekasi menjadi salah satu kedai kopi yang populer dan disukai masyarakat, karena di kopi kenangan ini tidak hanya menjual kopi dengan variasi yang begitu saja (misalnya : kopi campur gula atau kopi susu). biasanya kebanyakan konsumen yang berkunjung ke kedai kopi kenangan ini berasal dari kalangan muda, Berdasarkan data diatas selain harga yang ditawarkan masih terjangkau oleh mereka. Kopi kenangan ini juga memiliki keunikan tersendiri melalui nama-nama menu minuman kopi yang disajikannya seperti, Kopi kenangan Mantan, Kopi Mantan Menikah, Kopi Kenangan Masa lalu, dan lain-lain.

Selain harga dan fasilitas, konsumen juga menilai kualitas pelayanan yang diberikan. Konsumen akan mempertimbangkan harga dan fasilitas yang ditawarkan, dan dari kedua aspek ini akan menentukan apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh kafe tersebut baik atau kurang. Oleh karena itu, pihak kafe

perlu memahami kebutuhan konsumen, karena jika pelayanan yang diberikan buruk, konsumen akan enggan untuk kembali ke kafe tersebut. Dengan demikian, harga dan fasilitas harus seimbang dengan kualitas pelayanan yang diberikan untuk memastikan kepuasan konsumen dan membangkitkan minat mereka untuk kembali.

Dikarenakan minum kopi sekarang dianggap sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari masyarakat, seluruh penduduk Indonesia percaya bahwa mengonsumsi kopi memiliki sejumlah manfaat bagi kesehatan, seperti: mengurangi rasa kantuk, membantu dalam proses penurunan berat badan, meningkatkan mood, menjaga kesehatan otak, dan beragam manfaat lainnya (detik Health, 2022)

Berdasarkan Top Brand Award, Kopi Kenangan menjadi kedai kopi lokal terpopuler di Indonesia pada 2023. Tingkat penjualannya meningkat sampai 39.70 persen. Menu 'Kopi Kenangan Mantan' menjadi salah satu menu andalan di toko ini. Kemudian kedua dimenangkan oleh Kopi Janji Jiwa dengan jumlah presentase 39.50 persen, lalu diikuti oleh Fore dengan jumlah presentase 7.50 persen. Saat ini, Kopi Kenangan telah membuka sebanyak lebih dari 175 gerai di Indonesia.



Gambar 1. 3 ULASAN KOMENTAR INSTAGRAM

Sumber: (Komentar Instagram Kopi Kenangan)

Berdasarkan ulasan dari Komentar Instagram Kopi Kenangan, dari sekian banyak ulasan positif mengenai Kopi kenangan di Kota Bekasi ternyata masih terdapat ulasan negatif mengenai kepuasan pelanggan yang diberikan. salah satu pelanggan yang memberikan ulasan bahwa Harga tidak sesuai dengan promo yang diberikan Kopi kenangan. lalu ada pelanggan kedua yang memberikan ulasan bahwa saat ia membeli minuman pelayanan kurang cepat sehingga pelanggan kopi kenangan menunggu hingga 1 jam lamanya.

Berdasarkan ulasan-ulasan pelanggan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa Kopi Kenangan di Kota Bekasi masih terdapat masalah mengenai kepuasan pelanggan yang diberikan kepada pelanggan sehingga membuat pelanggan kurang

puas. Oleh karena itu, Kopi Kenangan perlu untuk lebih memperhatikan aspek kepuasan pelanggan yang diberikan agar pelanggan lebih puas.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengambil penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN”** Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya”

1.2 Batasan Masalah

Penggunaan batasan masalah dalam penelitian ini diperlukan agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai. penelitian yang dilakukan dibatasi dengan mengetahui harga, fasilitas, kualitas pelayanan. Dengan ruang lingkup permasalahan obyek penulisan ini adalah konsumen Kopi Kenangan Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diambil berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Bekasi?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Bekasi ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Bekasi ?

4. Apakah harga,fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Bekasi ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang bisa di rumuskan untuk menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Bekasi
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Bekasi
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Bekasi
4. Untuk mengetahui pengaruh harga,fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Kopi Kenangan di Kota Bekasi

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi beberapa pihak, diantara lain:

1.5.1 Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan ilmu manajemen khususnya konsentrasi pemasaran secara langsung dari karya ilmiah yang di buat dan menambah pengalaman dalam menulis karya ilmiah.

1.5.2 Bagi Kopi Kenangan

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang baik pada Kopi Kenangan agar lebih maju lagi kedepannya terutama dalam meningkatkan kualitas

pelayanan dan fasilitas terhadap pelanggan yang berkunjung sehingga Kopi Kenangan ini dapat memenangkan hati Konsumen, karena sekarang ini banyak sekali bisnis kedai kopi kekinian diluar sana yang memiliki produk dengan keunikannya masing- masing. Jadi kalau hanya mengandalkan dari segi produk saja maka kemungkinan akan susah untuk bersaing.

1.5.3 Bagi Akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam penelitian yang berhubungan dengan pemasaran dan menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat berkontribusi dalam menambah wawasan pada mahasiswa yang ingin mempelajari bisnis kopi.

1.5.4 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memahami lebih jelas terhadap materi yang disajikan pada laporan Skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan demikian rupa untuk mempermudah dipahami, penulis membuat sistematika sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori teori yang mendukung penelitian ini, khusus nya konsep konsep yang berkaitan. Penelitian ini juga berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, berupa penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variable, waktu dan tempat penelitian, jenis data, cara pengambilan sample, metode analisis data serta teknik pengolahan data yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai objek penelitian, deskripsi data, analisa data dan pembahasan mengenai hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Dengan menganalisis data akan mengetahui apakah setiap hipotesis diterima ataupun ditolak isi dengan hasil yang kamu dapat dari SmartPLS. Signifikansinya apa? Variabel apa yang terpositif berpengaruh?

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini peneliti akan memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan maupun saran-saran yang diharapkan membawa manfaat untuk berbagai pihak.