

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis. Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Haque-fawzi *et al.*, 2022), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Pemasaran yang baik tidak hanya mengutamakan strategi pemasaran, tetapi juga fokus pada menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan memperkuat posisi merek.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, salah satunya industri kopi, yang saat ini telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Dengan standar dan pasar yang berbeda-beda, toko kopi telah menjamur diberbagai daerah. Fenomena ini dipicu oleh minat masyarakat yang ingin menikmati beragam jenis kopi. Selain itu, dengan pesatnya pertumbuhan toko kopi, masyarakat menjadi penasaran untuk mencoba tempat kopi baru. Membuat bisnis Kedai kopi melonjak karena dipandang sebagai industri yang menjanjikan. Kopi Tuku, sebagai salah satu pelopor dalam industri kopi di Indonesia, telah berhasil menarik perhatian banyak konsumen dengan produk-produk berkualitas tinggi.

Persaingan yang semakin ketat di pasar kopi, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi sangat penting. Kepuasan pelanggan mencerminkan tingkat kepuasan dan keinginan pelanggan setelah mengalami produk atau layanan. Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui

perbandingan antara harapan dan pengalaman aktual pelanggan (Saputra & Sumantyo, 2023). Konsumen dalam mengunjungi suatu toko kopi tidak hanya mencari produk saja berupa minuman akan tetapi mereka juga akan melihat seperti apa cita rasa, kualitas dan kepuasan yang mereka berikan kepada konsumen, ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan dan kepuasan yang baik sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau bahkan melebihi harapan mereka akan hal tersebut mampu memberikan rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen.

Kemudian, dalam konteks produk makanan atau minuman, cita rasa sering menjadi faktor penentu utama dalam kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan dari Chandon *et al.*, (2021) yang mengungkapkan bahwa cita rasa produk memainkan peran signifikan dalam menciptakan pengalaman konsumen yang memuaskan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian mereka menunjukkan bahwa ketika cita rasa suatu produk sesuai dengan preferensi pelanggan, hal tersebut dapat memperkuat persepsi positif terhadap kualitas produk dan mempengaruhi kepuasan secara keseluruhan. Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya sebagian *Research Gap*. Menurut (Lianto & Wibowo, 2024) variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya cita rasa yang diberikan oleh perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan, menurut (Fatmawati *et al.*, 2023) variabel cita rasa tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Selain cita rasa, ada pula kualitas produk yang dimana juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan karena dalam cita rasa

perlu juga didukung oleh kualitas produk guna meningkatkan penjualan sebuah produk. Dalam suatu penilaian, kualitas produk timbul dari persepsi tersendiri setiap pelanggan mengenai pembelian pada produk.

Menurut (N. A. Putri *et al.*, 2021) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Indikator atau tolak ukur sebuah kualitas produk merupakan suatu hasil yang penting dalam mempengaruhi sukses tidaknya suatu produk yang berdampak pada kinerja pemasaran.

Dampak kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan dalam industri makanan dan minuman, termasuk produk kopi. Kualitas produk menjadi elemen kunci yang memengaruhi penilaian pelanggan terhadap pengalaman mereka dengan suatu merek. Dalam hal kopi, faktor-faktor seperti rasa, kesegaran, dan konsistensi produk memainkan peran yang sangat penting. Menurut (Marie & Budi, 2020) bahwa tingkat kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan, menurut (Ningsih *et al.*, 2022) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk mengetahui fenomena yang mengaitkan dengan tingkat kepuasan pelanggan Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur, maka peneliti melakukan pra survei yang disebarkan kepada 15 orang responden kepada konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian ke Toko Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur. Diadakan pra survei guna untuk mengumpulkan data dasar yang

dibutuhkan sebelum melaksanakan survei utama atau penelitian yang lebih luas.

Berikut hasil pra survei Toko Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur:

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survei

No	Pernyataan	Iya		Tidak	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1.	Saya merasa kopi yang disajikan memiliki keunikan cita rasa dibandingkan dengan tempat lain.	6	40%	9	60%
2.	Saya puas dengan kemasan produk.	6	40%	9	60%
3.	Cita rasa dan kualitas produk Kopi Tuku cabang Kota Wisata Cibubur dapat memenuhi kepuasan saya.	5	33.3%	10	66.75

Sumber: data diolah penulis, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai hasil pra survei diatas, pernyataan pertama dari variabel Cita Rasa yaitu konsumen merasa kopi yang disajikan memiliki keunikan cita rasa dibandingkan dengan tempat lain, terdapat 9 orang dengan persentase 60% memilih “Tidak” dan 6 orang sisanya dengan persentase 40% memilih “Ya”. Kemudian, pada pernyataan kedua dari variabel Kualitas Produk yaitu konsumen merasa puas dengan kemasan produk, terlihat juga 9 orang dengan

persentase 60% memilih “Tidak” dan 6 orang lainnya memilih “Ya”. Dan yang terakhir pada pernyataan ketiga dari variabel Kepuasan Pelanggan yaitu cita rasa dan kualitas produk Kopi Tuku cabang Kota Wisata Cibubur dapat memenuhi ekspektasi kepuasan konsumen, terdapat 10 orang dengan presentase 66.75% menjawab “Tidak” dan 5 orang lainnya menjawab “Ya”.

Fenomena yang terjadi pada Toko Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur yang didasarkan dari hasil pra survei menjelaskan bahwa cita rasa dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil pra survei diatas dapat menjadi acuan bagi peneliti untuk mengetahui serta meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Kopi Tuku cabang Kota Wisata Cibubur. Dengan adanya hasil pra survei ini mengenai kepuasan pelanggan ini dapat menjadikan masukan terhadap Toko Kopi Tuku cabang Kota Wisata Cibubur untuk menciptakan dan juga mampu untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.

Toko Kopi Tuku Kota Wisata Cibubur berlokasi di Jl. Wisata Utama Kota Wisata Cibubur No.27 Cluster Summerset No.26, Ciangsana, Kec. Gn. Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya maka penulis menjadi tertarik ingin mengetahui seberapa berpengaruh cita rasa dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kopi Tuku. Maka penulis dengan ini mengadakan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan bahwa penelitian mengenai cita rasa dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur?
3. Apakah cita rasa dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah dibuat, tujuan dari penelitian ini bertujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur.
3. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang diharapkan baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu serta wawasan yang bermanfaat di bidang Manajemen Pemasaran, khususnya terkait pengaruh cita rasa dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kopi Tuku.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama dalam hal pengembangan kualitas produk dan peningkatan kualitas rasa.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan oleh peneliti untuk memusatkan perhatian pada ruang lingkup dan tujuan yang jelas, sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengidentifikasi dua variabel independen, yaitu Cita Rasa dan Kualitas Produk, sementara variabel dependen yang dianalisis adalah Kepuasan Pelanggan.
2. Objek penelitian yang dijadikan sampel adalah Konsumen dari Toko Kopi Tuku Cabang Kota Wisata Cibubur.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penjelasan bab ini mengenai teori dan pengertian yang berhubungan dengan pembahasan yaitu pengaruh cita rasa, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan, serta berbagai referensi yang mendukung dijadikan sebagai landasan berpikir dalam penyusunan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Penjelasan bab ini mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan skala pengukuran, serta metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, pengolahan data dan hasil pembahasan yang dijelaskan dalam bab ini untuk menjelaskan analisis data.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan, keterbatasan, dan saran dari hasil penelitian dan rekomendasi tertulis disertakan dalam penutup. Kesimpulan berisi hasil utama temuan sesuai dengan tujuan yang dinarasikan secara singkat. Keterbatasan penelitian berisi uraian tentang hal – hal yang tidak dapat dilakukan dalam penelitian ini. Saran berisi tentang apa yang dapat dilakukan oleh peneliti lain dalam menyempurnakan atau melengkapi hasil penelitian.

