

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia bisnis pada saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik konsumen. Para pelaku bisnis dituntut agar lebih inovatif dan lebih kreatif untuk dapat menentukan strategi dalam berkompetisi sehingga dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat tersebut. Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal merupakan salah satu tantangan terbesar karena persaingan yang semakin ketat diantara pelaku bisnis pada era globalisasi ini. Mengetahui dan memahami apa yang menjadi keinginan konsumen adalah salah satu cara untuk dapat bertahan dari ketatnya persaingan. Dengan memahami keinginan konsumen dan menjadikan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama perusahaan adalah salah satu kunci untuk memenangkan persaingan. Tjiptono dan Anastasia (2015:3) menyatakan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih murah dibandingkan merebut pelanggan baru.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya (Tjiptono dan Anastasia, 2015:23). Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga, kualitas produk dan kualitas layanan. Kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler *dalam* Febriana, 2017:2). Sedangkan kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian-pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, *dalam* Yashi 2017:13).

Tandjung *dalam* Ekaningtyas (2014:2) menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan merupakan dasar yang mendukung penetapan harga. Produk dengan harga yang tinggi namun memiliki kualitas produk dan layanan yang rendah, maka tidak akan memuaskan konsumen atau pelanggan. Jadi, harga yang ditawarkan kepada konsumen haruslah sesuai dengan kualitas produk dan

kualitas layanan yang diberikan sehingga kepuasan akan tercapai dan konsumen akan menjadi pelanggan yang melakukan pembelian berulang-ulang (Ekaningtyas, 2014:2).

Bisnis dibidang kuliner merupakan bisnis yang pangsa pasarnya tidak mengenal umur. Bisnis dibidang kuliner, salah satunya dalam bentuk Kafe/kedai kopi, Kafe/kedai kopi sangat pesat perkembangannya pada saat ini terutama di Kabupaten Jember. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya Kafe-kafe atau kedai kopi yang menjamur di Kabupaten Jember. Faktor yang mendasari terjadinya fenomena ini salah satunya adalah dampak dari perkembangan jaman dan juga teknologi serta fenomena sosial yang terjadi di masyarakat dewasa ini. Kafe/kedai kopi menjadi salah satu sarana yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh anak muda atau kaum muda sebagai tempat untuk *nongkrong* dan *hangout*. Hal ini dipahami sebagai bentuk dari tuntutan globalisasi yang berdampak terhadap cara hidup masyarakat. Salah satu yang menjadi kebutuhan pada saat sekarang ini adalah ajang dalam sosialisasi dengan komunitasnya.

Kafe/kedai kopi adalah salah satu tempat yang disuguhkan oleh para pebisnis yang dapat membaca peluang bisnis yang menjanjikan. Kafe /kedai kopi juga dimanfaatkan untuk tempat melepaskan penat dan stres dari rutinitas sehari-hari, hal ini dapat dilihat dari banyaknya para pengunjung kafe/kedai kopi yang berprofesi sebagai pengusaha, pekerja kantoran dan juga mahasiswa. Selain untuk melepaskan rasa penat dan stres, ada juga sebagian pengunjung yang beranggapan bahwa kafe/kedai kopi adalah salah satu tempat yang dapat mereka gunakan untuk melakukan atau menyelesaikan pekerjaan mereka, sebagai contoh kafe/kedai kopi dijadikan untuk tempat *meeting*, menyelesaikan tugas kuliah, bahkan untuk tempat mencari ide bagi orang-orang yang bekerja dibidang media (*website, design*), karena pemilik kafe/kedai kopi mendesign dan membuat konsep kafe/kedai kopi mereka senyaman mungkin bagi pengunjung serta dipoles dengan kreatif mungkin untuk menarik pengunjung untuk datang dan betah berlama-lama di kafe/kedai kopi. Dalam kamus bahasa Indonesia, kafe adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh dan kue-kue.

Kafe Kolong merupakan salah satu kedai kopi yang ada di Kabupaten Jember, kafe Kolong sudah berdiri selama lebih kurang 5 tahun. Kafe Kolong sendiri merupakan kedai kopi tetapi tidak hanya menjual minuman yang berbahan dasar kopi saja, tetapi ada juga jenis minuman lain dan makanan ringan/snack. Sejauh ini, kafe Kolong membuktikan eksistensinya dan mampu bertahan ditengah ketatnya persaingan di Kabupaten Jember. Ada beberapa kafe/kedai kopi yang ada di Kabupaten Jember khususnya di daerah kampus yang merupakan pesaing kafe Kolong diantaranya Grand Kafe, Dulur Dewe Coffe, Medley, Corakna, My Sister Kafe & Resto, 14 Mili, JGO Corner, Ctrl+A, Kafe 69, Cak Wang, Tipis-tipis, Brother's Kopi Bar, Jukker, Borneo dan lain-lain.

Kafe Kolong memiliki banyak pesaing, namun pengunjung yang ingin menikmati produk-produk yang dijual dan menikmati suasana Kafe Kolong tetap banyak. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung Kafe Kolong per harinya. Pada hari biasa yaitu hari senin hingga jum'at jumlah pengunjung sekitar 100 orang, sedangkan pada hari sabtu sekitar 200 orang. Jumlah ini mengalami peningkatan setiap bulannya. Mayoritas pelanggan dari Kafe Kolong ini adalah para Mahasiswa.

Trend peningkatan jumlah pengunjung ini menggambarkan bahwa Kafe Kolong mampu mempertahankan pelanggannya dan mampu menarik pelanggan baru untuk berkunjung dan menikmati suasana dan juga produk yang ditawarkan. Melihat hal tersebut, diperlukan penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kafe Kolong dan nilai manakah yang berpengaruh dominan sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan bagi pihak manajerial Kafe Kolong guna mempertahankan eksistensinya tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel harga, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan?
5. Variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel harga, kualitas produk dan kualitas layanan secara serempak terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan
5. Mengetahui dan menganalisis variabel manakah diantara variabel harga, kualitas produk dan kualitas layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dapat dijelaskan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai informasi dan pertimbangan bagi pihak Kafe Kolong dalam merumuskan kebijakan manajerial mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya seperti harga, kualitas produk dan kualitas layanan guna mampu memenuhi kriteria kepuasan pelanggan, sehingga dapat menentukan langkah-langkah manajerial yang tepat dimasa yang akan datang.
2. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar referensi mengenai kepuasan pelanggan dan bahan perbandingan untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.