

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini telah berkembang cukup pesat, dapat dilihat dari banyaknya bisnis usaha yang telah meningkat setiap tahunnya. Perkembangan dalam industri bisnis ini dapat menyebabkan persaingan bisnis, agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin berkembang, pemilik bisnis harus mengembangkan bisnis mereka dengan cara yang lebih inovatif dan kreatif. Bisnis yang ingin berkembang dan bersaing harus memiliki keunggulan bisnis seperti menyediakan produk yang berkualitas, pelayanan yang baik, dan harga yang relatif terjangkau. Dengan keunggulan bisnis, perusahaan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Salah satu bisnis yang saat ini semakin berkembang adalah usaha di bidang kuliner seperti *coffee shop*. Menurut Erika (2022:140), *Coffee shop* adalah tempat yang menawarkan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai. Tempat ini nyaman dan memiliki alunan musik, baik melalui musik akustik maupun live. interior yang unik, layanan pelanggan yang ramah, dan beberapa fasilitas menawarkan koneksi internet nirkabel atau WiFi. Telah banyak *coffee shop* semakin berkembang untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang selalu mencari tempat makan baru dan menarik. Dengan munculnya *coffee shop* baru dan menarik, daya saing di industri kuliner dapat semakin ketat. Para pemilik usaha harus lebih menekankan untuk menjadi inovatif, kreatif, dan memiliki ciri khas unik yang membedakannya dari pesaingnya. Persaingan tersebut juga dapat di dukung dengan beberapa faktor aspek variabel, secara umum *Coffee Shop* berfokus pada kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Beberapa aspek tersebut dapat menjadi keunggulan untuk memberikan minat pelanggan untuk lebih loyal dengan harapan pelanggan merasa terpuaskan,

Salah satu *Coffee Shop* yang telah berkembang yakni, Hachi Coffee Rogojampi yang didirikan oleh Angga Hermawan pada 16 Juni 2022 yang terletak di Jl. Ali Sakti No.12, Dusun Sidomulyo, Gitik, Kec. Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi. Pemilik usaha ini mencoba memenuhi kebutuhan pelanggan dengan

mengutamakan kualitas produk dan harga yang kompetitif sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Hachi Coffee sendiri menawarkan berbagai jenis menu diantaranya, coffee base, milk base dan berbagai menu camilan dengan harga yang sesuai kualitas tentunya. Tempat ini dirancang untuk menjadi tempat yang nyaman untuk bersantai bersama teman dan keluarga.

Hachi Coffee beroperasi dari pukul 08.00 hingga 23.00 WIB, dan empat pelayan bekerja secara bergantian melalui sistem shift. Hachi Coffee menciptakan lingkungan yang ramah dan hangat dengan konsep pelayanan yang sederhana namun berfokus pada kepuasan pelanggan. Namun, seperti halnya usaha kuliner lainnya, Hachi Coffee menghadapi tantangan dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif di wilayah Rogojampi dan sekitarnya. Penjualan di Hachi Coffee tidak bersifat konstan, artinya terjadi naik turun setiap bulannya.



Gambar 1.1 Data Penjualan Hachi Coffee pada bulan Januari - Desember 2024
Sumber: Hachi Coffee, 2024

Data yang diberikan secara langsung oleh pemilik Hachi Coffee menunjukkan bahwa penjualan bulan sebelumnya mengalami fluktuasi yang berkelanjutan, yang mengakibatkan penjualan yang kurang maksimal. Penjualan tertinggi Hachi Coffee tercatat pada bulan desember 2024, yaitu Rp 32.558.000. Hachi Coffee berusaha untuk memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggannya dengan menggabungkan kualitas produk, layanan, dan harga. Sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi dapat menentukan kepuasan pelanggan,

yang secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan. Pemilik Hachi Coffee sadar bahwa mencapai tingkat kepuasan yang tinggi akan berdampak positif pada kemajuan bisnis mereka.

Menurut Farizky., dkk (2022) *dalam* Amanda dan Indra (2024), kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas seseorang atas hasil perbandingan antara harapan dan perilakunya serta bagaimana mereka percaya produk untuk melakukan (hasil) dengan ekspektasi mereka. Jika kinerja produk kurang dari harapan, maka pelanggan tidak puas atau kecewa, jika kinerja produk sesuai dengan harapan, maka konsumen puas, dan jika kinerja produk sama dengan harapan, maka konsumen sangat puas. Beberapa faktor yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.

Menurut Kotler dan Keller (2009) *dalam* Herlambang dan Komara (2021:57) menyatakan bahwa kualitas produk mengacu pada kemampuan suatu produk untuk memberikan nilai pada pelanggan dengan cara terbaik, sesuai, atau bahkan lebih tinggi dari kebutuhan pelanggan. Persepsi setiap pelanggan tentang apa yang mereka beli adalah bukti terhadap kualitas produk tersebut. Kualitas produk yang diberikan Hachi Coffee kepada para pelanggan telah cukup baik, khususnya produk minuman *coffee base* yaitu kopi susu hachi yang dijual memiliki keunggulan pada biji kopi robusta varietas jenis ijen yang berkualitas grade 1, dengan keunikan rasa yang ringan dan memiliki rasa akhir beraroma coklat.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2007) *dalam* Asti dan Ayuningtyas (2020:5) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk memiliki komitmen kepada produk dan pelayanan suatu perusahaan, dampaknya memberikan kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang menerima pelayanan yang baik pasti diharapkan merasa puas Pelayanan yang diberikan oleh pihak Hachi Coffee cukup seperti staf melayani dengan ramah dan responsif, menyambut

pelanggan dengan sikap ramah dan sopan serta tanggap terhadap permintaan atau memberikan rekomendasi sesuai preferensi pelanggan.

Selain memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan, Faktor lain yang sangat penting yaitu harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2001) *dalam* Sholikhah dan Hadita (2023:696) Harga adalah jumlah yang dibayar untuk suatu produk atau layanan, atau nilai yang diterima pelanggan sebagai hasil dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga membuat produk atau jasa memiliki nilai untuk dijual dan memperoleh keuntungan. Harga produk *Coffee Base* khususnya produk andalan yaitu es kopi susu hachi yang ditawarkan Hachi Coffee berkisar Rp. 10.000 hingga Rp.25.000 per cup 350ml. Harga tersebut telah sesuai dengan kualitas produk yang disajikan dan berdasarkan survei harga tersebut tidak terlalu jauh dibanding kompetitor dengan kualitas yang lebih baik.

Berdasarkan uraian diatas terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini berfokus pada tiga variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Hachi Coffee yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Sehingga peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hachi Coffee Rogojampi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk secara serempak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hachi Coffee Rogojampi?
2. Apakah variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hachi Coffee Rogojampi?
3. Variabel manakah yang berpengaruh dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Hachi Coffee Rogojampi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga secara serempak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hachi Coffee Rojojampi.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hachi Coffee Rojojampi.
3. Untuk menentukan dan menganalisis variabel yang berpengaruh dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Hachi Coffee Rogojampi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang di atas, maka diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Perguruan Tinggi dan juga dapat mengetahui apakah kualitas produk, kualitas layanan dan harga secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hachi Coffee Rogojampi.
2. Bagi Perusahaan
Dapat memberikan referensi apakah kualitas produk, kualitas layanan dan harga merupakan faktor yang dapat memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hachi Coffee Rogojampi. Sehingga dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam mengembangkan dan melakukan kebijakan yang akan diambil dari segi kualitas produk, kualitas layanan dan harga.
3. Bagi pihak terkait
Selanjutnya Penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur atau referensi dasar untuk pengembangan penelitian selanjutnya mengenai kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.