

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia menempati posisi sebagai produsen kopi terbesar kedua di kawasan Asia dan Oseania setelah Vietnam (*International Coffee Organization, 2023*). Produksi kopi Indonesia pada tahun 2024 mengalami peningkatan sebesar 7,2%, yaitu dari 758.725 ton pada tahun sebelumnya menjadi 813.345 ton (Badan Pusat Statistik, 2025). Peningkatan produksi kopi turut mendorong meningkatnya konsumsi kopi dalam negeri. Rata-rata konsumsi kopi per minggu pada tahun 2024 mencapai 109,397 gram per kapita, meningkat sekitar 3,07% dibandingkan dengan tahun 2023 yang tercatat sebesar 106,036 gram per kapita (Badan Pusat Statistik, 2025).

Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia tidak terlepas dari pergeseran pola konsumsi masyarakat, yang kini menjadikan minum kopi sebagai bagian dari gaya hidup dan aktivitas sosial sehari-hari. Jika sebelumnya kopi lebih sering dinikmati di warung tradisional atau secara sederhana di rumah, kini masyarakat lebih memilih menikmati kopi di kedai kopi modern atau yang biasa disebut kafe (Wulandari dkk., 2024). Pergeseran ini didorong oleh pengaruh modernitas, dimana masyarakat, terutama generasi muda menginginkan tempat berkumpul yang lebih modern, nyaman, dan menarik secara visual. Kondisi inilah yang kemudian menarik minat banyak pihak untuk mulai merencanakan atau mempertimbangkan membuka usaha kafe, karena melihat adanya peluang bisnis yang menjanjikan dari tren konsumsi kopi yang terus berkembang.

Minat terhadap usaha kafe terlihat nyata di Kabupaten Jember seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan, jumlah kafe yang ada di Kabupaten Jember tercatat sebanyak 84 gerai (Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kabupaten Jember, 2026). Keberadaan kafe dalam jumlah tersebut mencerminkan semakin terbukanya peluang usaha sektor kafe di

Kabupaten Jember. Kondisi tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan usaha kafe yang berpotensi meningkatkan persaingan antar pelaku usaha.

Pertumbuhan usaha kafe di kabupaten Jember menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu bersaing, serta mempertahankan dan meningkatkan konsumennya. Salah satu aspek penting yang berperan dalam hal ini adalah kepuasan konsumen, yang dapat dipahami sebagai evaluasi pascakonsumsi oleh konsumen bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan mereka (Chandra dkk, 2020:148). Kepuasan konsumen menjadi indikator keberhasilan suatu usaha yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, khususnya kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi usaha. Ketika konsumen merasa puas, mereka cenderung melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain, serta memiliki keterikatan emosional dengan tempat tersebut. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen menjadi hal yang penting bagi pelaku usaha, terutama pada usaha kafe.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Chandra dkk. (2020:144), kualitas produk perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen karena berkaitan erat dengan kemampuan produk dalam memenuhi harapan konsumen. Produk yang berkualitas akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan utama dari kegiatan pemasaran perusahaan. Kualitas produk yang baik juga berperan dalam membangun kepercayaan konsumen serta meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian ulang.

Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Menurut Chandra dkk. (2020:82), kualitas pelayanan dikatakan baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen dan mampu memberikan kepuasan, bahkan dapat dikategorikan sangat berkualitas dan memuaskan apabila mampu melampaui harapan tersebut. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk terjadi ketika pelayanan yang diberikan tidak memuaskan dan berada di bawah standar atau ekspektasi konsumen.

Faktor lain yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah lokasi. Menurut Suwitho (2022:28), lokasi yang strategis, mudah diakses, dan nyaman akan

mempermudah konsumen mengunjungi tempat tersebut, sehingga kepuasan konsumen lebih mudah tercapai. Peluang keuntungan perusahaan juga meningkat apabila lokasi usaha dipilih secara tepat, karena konsumen merasa puas dan terdorong untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, pemilihan lokasi menjadi salah satu strategi penting dalam menjalankan usaha.

Omah Kopi yang berlokasi di Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, merupakan salah satu kafe yang cukup dikenal oleh masyarakat sekitar, khususnya kalangan muda. Omah Kopi didirikan pada tanggal 30 Maret 2019 dengan pemilik yaitu Edisthy Ageng Rizky. Desain dari kafe ini yaitu klasik yang memiliki suasana rumah pada jaman dahulu dengan dilengkapi atribut yang mendukung suasana klasik seperti motor tua, kalender tua, dan benda – benda yang memiliki nilai estetika.

Omah Kopi menawarkan beragam menu makanan dan minuman yang mencakup minuman berbahan baku kopi dan nonkopi, serta berbagai pilihan makanan. Produk minuman kopi yang disajikan meliputi espresso, kopi bonbon, kopi tubruk, americano, Japanese V60, Vietnam drip, kopi omkop, kopi berry, dan mochachino, sedangkan produk nonkopi terdiri atas chocolate, taro, dan matcha. Omah Kopi juga menyediakan berbagai produk makanan, yang terdiri dari makanan berat seperti nasi katsu, indo katsuya, mi goreng, mi kuah, serta makanan ringan seperti kentang goreng, singkong goreng, sosis, nugget, cireng, tahu kecap, bola bola ubi, dan roti bakar. Produk minuman kopi yang disajikan Omah Kopi dibuat dari biji kopi yang diproses secara mandiri oleh pemilik. Keberagaman produk serta proses pengolahan yang dilakukan secara mandiri tersebut menjadi tantangan bagi Omah Kopi dalam menjaga konsistensi kualitas dan cita rasa produk agar tetap sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Berdasarkan wawancara awal dengan beberapa konsumen, ada yang mengeluhkan terkait rasa produk yang masih belum sesuai dengan harapannya. Pada aspek pelayanan, konsumen juga mengeluhkan terkait pelayanan yang diberikan masih belum maksimal apabila jumlah konsumen yang datang ke Omah Kopi ramai, serta masih belum tersedia tempat cuci tangan, sehingga dapat memengaruhi kenyamanan serta persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan

secara keseluruhan. Selain itu, lokasi yang menjorok ke dalam dari jalan utama dan tertutup atau terhalang pohon besar menyebabkan posisinya kurang terlihat, serta letaknya yang cukup jauh dari pusat kota menjadi tantangan tersendiri bagi pemilik Omah Kopi.

Omah Kopi juga menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan munculnya berbagai kafe pesaing di wilayah Patrang yang menawarkan konsep dan menu serupa, seperti Mardatila Coffee, Green UDS Coffee Bistro, Grufi Café, Rumah Kafe Jember, Check Point Café, dan Ara Coffee Spaces. Kafe pesaing tersebut sebagian besar berlokasi di area strategis dan mudah terlihat oleh pengguna jalan, sehingga memiliki potensi lebih besar dalam menarik konsumen baru. Persaingan ini menekankan pentingnya bagi Omah Kopi untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen sebagai kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumennya. Kondisi tersebut menuntut Omah Kopi untuk lebih memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan, serta pemanfaatan lokasi secara optimal agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

Berdasarkan fenomena dan masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi memengaruhi kepuasan konsumen. Ketiga faktor tersebut perlu diteliti agar dapat mewujudkan kepuasan konsumen serta mengetahui faktor mana yang perlu dipertahankan atau diperbaiki, sehingga pemilik dapat mengambil keputusan secara tepat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Omah Kopi di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan dalam latar belakang, permasalahan dalam proses penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan konsumen pada Omah Kopi di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?
2. Apakah variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Omah Kopi di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Omah Kopi di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi secara serempak terhadap kepuasan konsumen pada Omah Kopi di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Omah Kopi di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.
3. Menganalisis dan menguji variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Omah Kopi di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

##### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian ini menjadi sarana bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam penelitian, mengasah keterampilan pengumpulan dan analisis data, serta mengembangkan kemampuan akademik dalam penyusunan penelitian ilmiah.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan masukan bagi pemilik Omah Kopi di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember dalam pengambilan keputusan strategi terkait kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi, sehingga dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan konsumen secara optimal.

##### **3. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi akademisi sebagai bahan referensi dan tambahan kajian ilmiah terkait kepuasan konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pengembangan penelitian selanjutnya dengan objek, variabel, atau metode yang berbeda.