BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha penyediaan makanan minuman merupakan salah satu sektor ekonomi yang menunjukkan resiliensi dan pertumbuhan yang kuat di Indonesia. Sektor ini terus berevolusi, didorong oleh salah satu faktor yaitu perubahan pola konsumsi masyarakat (BPS, 2025). Salah satu subsektor unggulan dalam industri ekonomi adalah sektor kuliner yang tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga berkaitan dengan gaya hidup dan interaksi sosial. Secara keseluruhan, sektor penyediaan makanan minuman menunjukkan potensi besar untuk terus menjadi salah satu penopang utama perekonomian nasional. Perkembangan sektor kuliner tersebut tercermin dalam meningkatnya jumlah usaha yang bergerak di bidang penyediaan makanan dan minuman yang tersebar di berbagai wilayah.

Pada sektor kuliner terdapat Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman (PMM) mencakup kegiatan penyediaan makanan dan minuman untuk dikonsumsi langsung, baik dalam bentuk restoran, rumah makan, kafe, maupun layanan sejenis. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2025, jumlah usaha PMM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai sekitar 5,28 juta unit atau meningkat 8,71 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Kelompok restoran dan kafe mendominasi dengan jumlah 2,51 juta usaha atau sekitar 47,59 persen dari total usaha. Pada tingkat regional, Provinsi Jawa Timur tercatat sebagai posisi kedua dengan jumlah usaha PMM mencapai 901.420 usaha, dengan jenis usaha restoran atau kafe yaitu 408.735 (BPS, 2025). Sementara itu, di Kabupaten Jember jumlah usaha PMM mencapai lebih dari 20.000 unit dan menunjukkan pertumbuhan yang stabil (BPS Jember, 2025). Usaha penyedia makanan dan minuman harus mencakup tidak hanya dari aspek kuantitas (jumlah ketersediaan gerai), tetapi juga kualitas pelayanan dan higienitas yang terjamin. Kualitas yang mampu melayani konsumen dengan baik, menciptakan kesan mendalam, dan pada akhirnya mendorong konsumen untuk kembali (*repeat visit*), yang merupakan indikator keberhasilan suatu usaha.

Perkembangan industri kafe saat ini juga dipengaruhi oleh meningkatnya tren konsumsi minuman berbasis kopi, khususnya kopi susu, yang semakin diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, terutama generasi muda (Oktoriani, 2026). Kopi susu tidak lagi dipandang sekadar sebagai minuman, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern dan aktivitas sosial masyarakat. Tingginya minat konsumen terhadap produk kopi susu mendorong pelaku usaha kafe untuk menghadirkan berbagai inovasi rasa, konsep penyajian, serta suasana tempat yang menarik guna meningkatkan daya saing usaha. Kondisi tersebut menjadikan produk kopi susu sebagai salah satu menu unggulan yang memiliki potensi besar dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kattapa *Coffee and Eatery*, yang berlokasi di Jl. Kaliurang No 148, Kel. Tegalgede, Kec. Kaliurang, Kab. Jember merupakan salah satu usaha penyediaan makanan dan minuman yang mengusung konsep kafe modern yang memadukan layanan minuman berbasis kopi dengan ragam menu makanan ringan hingga makanan utama, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan aktivitas produktif masyarakat. Dalam perkembangannya, Kattapa *Coffee* dan *Eatery* menunjukkan performa yang cukup menjanjikan, dapat dilihat dari rating 4,7 pada *Google Review*. Salah satu produk yang menjadi *best seller* di Kattapa *Coffee* dan *Eatery* adalah Kopi Suka. Berdasarkan data penjualan, pada tahun 2024 penjualan produk Kopi Suka mencapai Rp 146.327.726,03, sedangkan pada tahun 2025 mengalami penurunan menjadi Rp 89.360.750,00. Kondisi tersebut menunjukkan adanya penurunan penjualan sebesar Rp 56.966.976,03 atau sekitar 38,94%. Penurunan penjualan pada salah satu produk *best seller* tersebut menunjukkan adanya perubahan dalam kinerja penjualan Kopi Suka yang perlu diperhatikan oleh pihak Kattapa *Coffee* dan *Eatery*.

Menurut Chandra dkk. (2020:5) kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, sehingga memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada konsumennya. Kepuasan konsumen akan timbul

setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penyedia jasa. Berdasarkan ulasan konsumen pada *Google Review* (2025), Kattapa *Coffee* dan *Eatery* masih ditemukan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, khususnya dalam aspek kecepatan pelayanan dan keramahan karyawan. Meskipun demikian, terdapat pula banyak ulasan positif yang menyampaikan bahwa pelayanan yang diberikan sudah memuaskan, ditandai dengan adanya sambutan hangat saat konsumen datang maupun hendak meninggalkan kafe, serta pelayanan yang informatif dalam menjelaskan menu kepada konsumen. Selain itu, kenyamanan konsumen juga turut didukung oleh berbagai fasilitas yang tersedia, seperti area kafe dan lahan parkir yang luas, pilihan tempat duduk *indoor* maupun *outdoor*, hiburan *live music* setiap malam minggu, akses *WiFi* yang cepat, ketersediaan mushola, serta berbagai sudut menarik yang cocok untuk berswafoto. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek kualitas pelayanan di Kattapa *Coffee* dan *Eatery* masih menjadi faktor penting yang memengaruhi pengalaman dan kepuasan konsumen, sekaligus menjadi peluang strategis yang apabila terus dioptimalkan dapat semakin memperkuat kepuasan konsumen.

Komponen lain yang menentukan kepuasan adalah harga, menurut Kotler dkk. (2024:74) harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa, sehingga ketidaksesuaian antara harga dan kualitas yang diterima berpotensi menurunkan tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat dan proporsional menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh setiap pelaku usaha. Kattapa *Coffee* dan *Eatery* menawarkan berbagai pilihan menu minuman dengan kisaran harga Rp 15.000 hingga Rp 30.000 dan berbagai menu makanan dengan kisaran harga Rp 18.000 hingga Rp 35.000. Salah satu produk unggulannya, yakni Kopi Suka dipasarkan dengan harga Rp 20.000 per *cup*, yang dinilai cukup terjangkau dan sebanding dengan cita rasa serta pengalaman yang diperoleh konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari tingginya minat konsumen terhadap produk tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga yang sesuai dapat menjadi

salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen serta meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Menurut Kotler dkk. (2024:254) kualitas produk juga menjadi faktor mendasar dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk yang tanpa cacat mencakup cita rasa makanan, kebersihan, keamanan pangan, variasi menu, dan estetika penyajian. Kualitas produk juga mencakup kemampuan produk yang secara konsisten memberikan kualitas yang dibayar sesuai dengan harapan konsumen. Kondisi tersebut juga relevan dengan produk Kopi Suka yang menjadi salah satu produk *best seller* di Kattapa *Coffee* dan *Eatery*. Berdasarkan hasil observasi dan data penjualan, Kopi Suka mencatat penjualan sebanyak 8.415 gelas pada tahun 2024. Namun, jumlah tersebut mengalami penurunan pada tahun 2025 menjadi 4.932 gelas. Kopi Suka merupakan minuman yang memadukan *espresso* berbahan dasar kopi arabika, susu segar, dan gula aren kental. Perpaduan bahan tersebut menghasilkan karakteristik cita rasa manis, pahit, dan *creamy* yang menjadi ciri khas produk. Meskipun termasuk produk *best seller*, adanya penurunan jumlah penjualan menunjukkan bahwa perlu diperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Salah satu faktor yang relevan untuk dikaji adalah kualitas produk, mengingat kesesuaian cita rasa, kualitas bahan, konsistensi produk, serta kemampuan produk dalam memenuhi harapan konsumen dapat memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan.

Menurut Wardhana (2024:1), Kepuasan konsumen merujuk pada perasaan positif yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka beli atau gunakan dari suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini mencakup kesesuaian antara harapan konsumen dengan pengalaman atas kinerja produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan atau organisasi tersebut. Jika konsumen merasa bahwa produk atau layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, maka kepuasan konsumen dapat tercapai. Dalam konteks industri makanan dan minuman, keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memberikan produk dan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara lebih spesifik

bagaimana ketiga faktor tersebut berperan dalam membentuk kepuasan konsumen pada Kattapa *Coffee* dan *Eatery*, yang berlokasi di Jl. Kaliurang No 148.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi mengingat adanya penurunan penjualan Kopi Suka pada tahun pertama mencapai Rp 146.327.726,03, sedangkan pada tahun kedua sebesar Rp 89.360.750,00. Selain itu, ditemukan adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap pengalaman mereka di Kattapa *Coffee* & *Eatery*. Sebagian konsumen memberikan penilaian positif terhadap kualitas produk yang disajikan sudah baik serta didukung oleh pelayanan dan suasana tempat yang nyaman. Namun, terdapat pula konsumen yang merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan maupun kesesuaian harga yang ditawarkan. Kondisi ini juga dapat menjadi indikasi bahwa terdapat faktor-faktor yang perlu dikaji lebih lanjut dalam kaitannya dengan pengalaman dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk Kopi Suka menjadi relevan untuk dilakukan guna mengetahui pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen pada Kattapa *Coffee and Eatery* di Jember

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan, harga, kualitas produk kopi suka secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kattapa *Coffee* dan *Eatery* di Jember?
2. Apakah kualitas pelayanan, harga, kualitas produk kopi suka secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kattapa *Coffee* dan *Eatery* di Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan diatas, adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk kopi suka secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kattapa *Coffee* dan *Eatery* di Jember.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk kopi suka secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kattapa *Coffee* dan *Eatery* di Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan diatas maka dari hasil penelitian ini diharapkan:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan studi perilaku konsumen. Melalui pendekatan kuantitatif dan analisis menggunakan *SPSS 25 for windows*, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada industri kafe, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan dengan topik serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Manajemen Kattapa *Coffee* dan *Eatery*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap kualitas pelayanan, penetapan harga, serta kualitas produk Kopi Suka. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, manajemen diharapkan dapat meningkatkan pengalaman konsumen dan mempertahankan kepuasan konsumen secara berkelanjutan.
b. Bagi Konsumen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan kepuasan dalam melakukan pembelian di Kattapa *Coffee* dan *Eatery*, khususnya terkait kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk Kopi Suka.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen pada usaha kuliner, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel, objek, metode, maupun jumlah responden yang berbeda sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih luas.