

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan saat ini para pemasar dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam menciptakan usaha mereka agar bisa bersaing dengan competitor lainnya. Perkembangan dalam dunia bisnis sudah semakin cepat dan persaingan yang ketat. Salah satu usaha yang banyak saat ini yaitu kopi, bisnis kopi menjadi fenomena di kota-kota besar, terutama di daerah cipete jakarta selatan. Kopi Jago adalah salah satu bentuk inovasi yang menghadirkan konsep baru di industri kedaikopi (*coffee shop*) dari yang sebelumnya kita harus datang ke toko, sekarang kita bisa menemukan kopi keliling. Berdiri pada tahun 2020, ditengah pandemi kopi jago pun sempat menunda perkembangannya, karena situasi yang belum stabil.

Perbedaannya terletak pada konsep yang digunakan dimana mereka menjual produk kopinya di gerobak sepeda listrik untuk memudahkan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain. Bahkan sampai saat ini, banyak banget brand kopi juga yang mulai menerapkan strategi kopi keliling ini, sebut saja kopi Janji Jiwa yang bernama Sejuta Jiwa, Xiboba dengan Xibobikes, dan ada Haus Keliling. (Darin rania, 2023)

Sebagai pemilik kopi jago, sempat melakukan rebranding di tahun 2022 yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan pengalaman pelanggan. Perubahan konsep dan desain sepeda gerobak listrik serta peluncuran aplikasi khusus kopi jago membawa kemudahan bagi pelanggan untuk memesan minuman mereka. Aplikasi ini memudahkan pelanggan untuk mengetahui jadwal dan lokasi kedai kopi keliling kopi jago serta menu yang ditawarkan. Dengan konsep unik yang ditawarkan, yaitu kedai kopi keliling yang bisa mengantarkan pesanan langsung ke lokasi pelanggan, merupakan daya tarik yang kuat bagi masyarakat yang menginginkan kenyamanan dalam menikmati kopi berkualitas.

Selain berjualan secara keliling menggunakan sepeda listrik, ternyata kopi jago juga mempunyai aplikasi sendiri bernama Jago. Dengan begitu, pelanggan mereka bisa lebih mudah melakukan pembelian produk, tinggal pesan

minumannya di aplikasi nanti pesanannya langsung diantar ke tangan pelanggan. Apalagi ada tambahan pilihan waktu *pick-up* nya, tinggal disesuaikan aja dengan waktu konsumen. Kopi jago mempunyai varian yang bukan cuma kopi saja melainkan ada menu *non-coffee* juga, seperti coklat, earl grey milk tea, hojicha lychee tea, dan lainnya. Jadi, buat pelanggan yang tidak suka kopi, bisa membeli kopi jago.

Rasa yang dihasilkan tidak kalah dengan rasa dari brand kopi besar. Apalagi bagi konsumen pecinta kopi yang sering kali membandingkan harga dan rasa dari setiap coffee shop yang didatangi. Kopi jago menawarkan rasa premium dengan harga yang sangat terjangkau hanya berkisar Rp 8.000 hingga Rp.10.000,- . Dengan terus berinovasi, mengutamakan kualitas, dan memberikan pelayanan yang unggul berhasil menciptakan perbedaan di tengah persaingan industri kedai kopi. Usaha mereka untuk menghadirkan Starbucks Keliling versi yang lebih berkualitas dan terjangkau adalah bukti bahwa inovasi dan kreativitas adalah kunci kesuksesan dalam merintis usaha, bahkan di tengah situasi yang penuh tantangan (Darin rania, 2023)

Bisnis Kopi yang sedang banyak diminati warga cipete yaitu kopi jago, pelaku usaha kopi jago membuat inovasi dengan cara *café on wheels* atau berkeliling menggunakan sepeda. Dengan ini, konsumen dapat menemui kopi jago di titik jalan yang biasa penjual kopi jago berhenti. Menurut (Prasetyo, 2020;37) Inovasi produk merupakan inspirasi baru yang menarik dan dapat dikembangkan lebih lanjut. Inovasi sengaja digunakan untuk menciptakan tujuanperkembangan dan strategis yang menarik. Penerapan inovasi produk diharapkandapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen., dimana inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses-proses tersebut.

Kualitas produk merupakan salah satu syarat yang menumbuhkan minat beli dari konsumen. Produk dianggap berkualitas jika produk tersebut dapat memenuhi harapan dari konsumen. Menurut (Tjiptono, 2012) Kualitas produk adalah tingkat

kualitas yang diharapkan dan pengelolaan variabilitas dalam mencapai kualitas tersebut sesuai kebutuhan konsumen.

Persepsi harga merupakan penilaian konsumen yang membandingkan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan diterimanya dari produk atau jasa. Persepsi harga merupakan penilaian konsumen dan bentuk emosional terkait dengan harga yang ditawarkan penjual dan harga yang dibandingkan pihak lain dapat diterima atau dipertimbangkan.

Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap produk dan jasa sesuai atau terpenuhi oleh tampilan produk dan jasa tersebut

Setiap orang pasti mempertimbangkan sesuatu hal sebelum membeli.

Apakah produk yang akan dibeli sudah sesuai dengan kebutuhannya atau keinginannya. Sebelum membeli, konsumen terlebih dahulu akan melakukan beberapa alternatif pilihan, apakah akan membeli atau tidak. Jika konsumen kemudian memutuskan memilih salah satunya, maka konsumen sudah melakukan keputusannya. Kepuasan konsumen merupakan keputusan evaluasi saat memilih yang didorong oleh pilihan pembelian tertentu dan antusias untuk menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut. Informasi konsumen dari segala sisi mempengaruhi kemampuan konsumen dalam mengevaluasi produk secara objektif, berdasarkan inovasi produk, kualitas produk, dan persepsi harga tersebut.

Pada tabel dibawah ini adalah hasil survei sementara pernyataan dari beberapa responden.

**Tabel 1.1**

**Hasil Survei Sementara**

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Rata-Rata
1.	Apakah Inovasi Produk pada Kopi Jago memiliki daya tarik terhadap konsumen.	18	2	10
2.	Apakah Kualitas Produk dari Kopi Jago sangat baik disbanding dengan produk kopi lain.	17	3	10

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Rata-Rata
3.	Apakah Persepsi Harga pada Kopi Jago sangatterjangkau semua kalangan konsumen.	19	1	10
4.	Apakah rasa Kopi Jago sesuai selera konsumen	17	3	10
Rata-rata		17,75	2,25	10

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Pada table 1.1 hasil surevei sementara di atas bahwa hasil survei sementara ditemukan bahwa pernyataan tidak setuju mengenai kualitas produk yang mendapatkan nilai terbanyak kondisi tersebut diindikasikan karena adanya penurunan kualitas produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen kemudian pada pernyataan tidak setuju yang menempati posisi kedua terbanyak terkait inovasi produk yang dimana 2 dari 20 responden menyatakan inovasi produk dari kopi jago kurang menarik, berdasarkan hasil survey ini diindikasikan dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Kopi Jago di Cipete Jakarta Selatan.

Kopi Jago merupakan kopi yang mengalami perkembangan dan inovasi saat ini, inovasi yang digunakan kopi jago sekarang yaitu *café on wheels* atau berkeliling menggunakan sepeda. Dengan ini, konsumen mudah mendapatkan karena kopi jago ada di sekitaran wilayah cipete jakarta Selatan. Kualitas dari kopi jago sendiri sangat higienis, dengan rasa kopi yang nikmat dan banyak varian kopi jago membuat konsumen dapat merasakan dan memilih varian yang ingin dibeli. Harga dari kopi jago sangatlah murah, dengan harag delapan ribu rupiah sudah bisa menikmati kopi tersebut. Pada peneliti sebelumnya yakni (waha, 2023) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan pada Starbucks drive thru pada Kawasan megamas manado menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Pada penelitian yang dilakukan (Rahellea, 2023) dengan judul Pengaruh kualitas produk, Harga, dan Loyalitas terhadap Kepuasan konsumen Kopi Nako menyatakan bahwa terdapat pengaruh

positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Pada penelitian lain yakni (Silvia & Arfiansyah, 2023) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffe Cillo menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Arti dari penelitian tersebut bahwa dengan memperluas dan memperbaiki Persepsi Harga yang ada maka dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Jago di Cipete Jakarta Selatan”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kopi jago di cipete jakarta selatan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kopi jago di cipete jakarta selatan?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kopi jago di cipete jakarta selatan?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **a. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen kopi jago di cipete jakarta selatan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kopi jago di cipete jakarta Selatan
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen kopi jago di cipete jakarta selatan

### **b. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Kegunaan bagi akademik**

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang dipelajari dalam perkuliahan sehingga penulis dapat menambah ilmu dan praktis tentang inovasi produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dan

hasil penelitian ini bertujuan dapat menunjang proses pembelajaran dan penerapan ilmu khususnya pada ilmu Manajemen Pemasaran, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

## **2. Kegunaan bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan ide-ide yang dapat dijadikan sebagai bahan refleksi bagi perusahaan yang berusaha memunculkan ide-ide kreatif, meningkatkan inovasi produk dan kualitas produk yang unik serta meminimalisir persepsi harga untuk mendorong konsumen Kembali dan puas dengan produk tersebut.



