

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ketika dunia usaha berkembang dengan kecepatan yang sangat tinggi, demikian pula jumlah barang dan jasa yang tersedia, masing-masing dengan manfaat dan nilai jualnya sendiri. Oleh sebab itu, pelanggan bisa memilih dari berbagai pilihan sambil memanfaatkan layanan dan produk yang ditawarkan. Namun, sebab semakin banyak barang dan jasa memasuki pasar, produsen menghadapi persaingan yang semakin meningkat. Kedai kopi menghadapi persaingan reguler dari bisnis lain di industri makanan dan minuman. Hal ini terlihat dari maraknya perusahaan baru dan perusahaan yang sudah mapan, yang masing-masing menawarkan keuntungan dan kemajuannya sendiri.

Setiap pemilik bisnis layak mendapatkan garam mereka dalam periode persaingan kejam di dunia bisnis saat ini akan sangat memperhatikan rencana pemasarannya. Menjamurnya kedai kopi di berbagai lokasi termasuk akibat langsung dari semakin populernya kopi di kalangan konsumen. Kisah iNews melaporkan bahwasanya pada Agustus tahun ini, ada lebih dari 2.950 kedai kopi di seluruh Indonesia, meningkat hampir tiga kali lipat dari jumlah kedai kopi yang beroperasi pada 2016. Di mana nilai pasar keseluruhan melebihi Rp 4,8 triliun. Toko sekarang menjadi bagian integral dari kehidupan dan rutinitas sehari-hari masyarakat. Dikutip dari iNews, Mengingat jadwal mereka yang sibuk dan kebutuhan yang terus-menerus akan minuman saat bepergian, 60% responden memilih kopi modern seperti kopi peringatan, dan 40% dari orang-orang ini sering mengunjungi toko untuk membeli kafein mereka.

karena banyak orang lebih memilih untuk menghabiskan waktu luang mereka di sana untuk bersantai, istirahat, makan, minum, dan bersosialisasi dengan teman dan keluarga.

Kedai Kopi Jalanan Bising adalah institusi Depok, sering dikunjungi oleh penduduk setempat dari segala usia dan demografi (tetapi terutama mahasiswa lokal). Desain semi-outdoor dari toko ini diklaim selaras dengan kehidupan modern, membuatnya populer di berbagai kalangan pelanggan terutama kaum muda. Kopi dan minuman non-kopi, makanan ringan, dan makanan lezat semuanya tersedia dengan harga yang wajar di menu kafe yang beragam. Penggunaan daftar belanjaan, pemilihan lokasi toko yang nyaman, dan pengaruh suasana toko merupakan hal-hal yang dapat mempengaruhi pilihan akhir konsumen, seperti yang dikemukakan oleh Utami (2014:50). (suasana toko). Konsumen tidak kebal untuk melakukan pembelian impulsif.

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti akan memanfaatkan data penjualan enam bulan berikut dari kedai Kopi Jalanan Bising untuk tahun 2021 dan 2022, yang disajikan dalam bentuk tabel:



Sumber: Hasil olahan data pemasukan Noisy Street Oktober 2021 – Maret 2022

Gambar 1.1
Penjualan Kedai Noisy Street Coffee Selama 6 Bulan Terakhir

Naik turunnya penjualan yang ditunjukkan pada Grafik 1.1 di atas dapat dilihat di warung Noisy Street Coffee sepanjang bulan yang bersangkutan.

Dari data pada tabel 1.1, jelas bahwasanya Oktober 2021 adalah bulan terbaik dalam setahun untuk bottom line toko. Setelah itu, terjadi penurunan bertahap hingga Februari 2022 yang sumbernya masih misteri. Penjualan bulanan terus menurun, data menunjukkan. Orang-orang dalam budaya saat ini, khususnya kaum muda, memilih dan memilih di mana mereka ingin menghabiskan waktu luang mereka. Keputusan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk sebagai kualitas layanan, nilai yang dirasakan dari harga, dan suasana umum pendirian.

Hal ini terlihat bahwasanya pendapatan toko mungkin dipengaruhi oleh berbagai variable eksternal.

Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penentu utama kebahagiaan klien. Pelanggan mengutamakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan sebab kebahagiaan mereka bermanfaat bagi keuntungan toko. Menurut Kotler (2019) “kualitas pelayanan termasuk bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan . apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.” sebab memiliki pelanggan yang bahagia adalah baik untuk bisnis.

Pendapat pelanggan tentang harga memiliki peran dalam kepuasan mereka secara keseluruhan. Menurut Solomon (2007:49) “persepsi yakni proses seseorang dalam memilih, mengatur dan menafsirkan manfaat, kemudian berfokus pada apa yang kita perbuat dalam menambahkan sesuatu yang mentah guna memberi mereka makna.” Sebagian besar pembeli saat ini sedang mencari toko yang menyediakan barang dengan kualitas tinggi tapi harga wajar. Konsumen akan senang dengan barang dan jasa sebab biaya rendah dan kualitas tinggi.

Lingkungan juga memiliki peran dalam tingkat kebahagiaan dan loyalitas pelanggan yang diterima organisasi kita. Pelanggan lebih cenderung untuk kembali ke bisnis jika mereka suka menghabiskan waktu di sana, dan ini sebagian sebab lingkungan tempat usaha, yang bisa memberi mereka

pengalaman unik dibandingkan dengan yang serupa di tempat lain. Umar (2002:61) mengatakan bahwasanya suasana bisnis yakni "kesan emosional total yang dihasilkan oleh kualitas fisik toko," dan itu harus bisa memenuhi kebutuhan pemilik toko dan pelanggan mereka.

Sebagian besar pelanggan sekarang lebih suka gambar sebab instastory atau foto saat ini berisi permintaan orang, sehingga suasana yang mengundang dapat sangat membantu menarik bisnis baru. Inilah sebabnya mengapa memilih lokasi yang indah dengan biaya yang masuk akal sangat penting bagi orang-orang. Pelanggan senang dengan suasana yang diciptakan oleh ukuran ini. Menurut Utami (2014:255) dalam Fadilla Hafizh Ichsan Agusta, dkk (2019) bahwasanya Arsitektur, tata letak, pencahayaan, tampilan, warna, suhu, musik, dan aroma yakni semua elemen lingkungan toko yang berkontribusi pada kesan keseluruhan yang ditinggalkannya pada pelanggan. Ritel berusaha guna menyampaikan informasi tentang layanan, harga, dan ketersediaan stok melalui suasana yang diciptakannya di tokonya

Penulis tertarik untuk meneliti masalah kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Jalan Bising di Depok sebagai bagian dari investigasi yang lebih besar terhadap fenomena dan permasalahan yang terjadi di sana. Untuk menyelesaikan makalah tesis, penulis melakukan penelitian yang dijelaskan di bawah ini, dan berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Suasana Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Noisy Street Coffee Depok**”.

B. Rumusan Masalah

Konteks berikut akan menginformasikan rumusan masalah yang disarankan:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kedai Noisy Street Coffee?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kedai Noisy Street Coffee?
3. Apakah suasana tempat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kedai Noisy Street Coffee?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Guna menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Noisy Street Coffee
- b. Guna menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Noisy Street Coffee
- c. Guna menganalisis pengaruh suasana tempat terhadap kepuasan pelanggan di Noisy Street Coffee

2. Kegunaan Penelitian

- a. Akademisi

Menjadi tolok ukur untuk studi masa depan dalam pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman klie.

- b. Perusahaan

Perusahaan dapat menggunakan temuan penelitian untuk mencoba lebih memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan mereka mengenai harga, suasana, dan kualitas layanan.