

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu unsur penting dan perlu mendapat perhatian dalam menjalankan perusahaan adalah keberadaan pelanggan. Pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi seorang pengusaha, karena mereka yang mampu mempengaruhi keberhasilan sebuah usaha yang dijalankan. Pengusaha biasanya akan berusaha memberikan pelayanan lebih dalam melayani pelanggan tersebut agar terjadi sebuah proses pembelian yang memuaskan.

Kebutuhan dan keinginan pelanggan selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi ekonomi, pendidikan dan sosial budaya sehingga mempengaruhi sistem pola konsumsi masyarakat. Di sisi lain, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, sehingga untuk dapat mempertahankan perusahaan perlu merencanakan strategi pemasarannya. Hal paling mendasar dalam strategi pemasaran adalah pemahaman tentang konsep pemasaran dimana kepuasan pelanggan adalah titik sentralnya.

Tabel 1 Perbandingan Penjualan Kohikato *Coffee* Tahunan

Tahun	2019	2020	2021
Penjualan	109.000.000	73.000.000	90.000.000

Sumber: Keuangan Kohikato Coffee, 2022

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan hasil data penjualan Kohikato *Coffee* pada tahun 2019 – 2021 mengalami omzet yang naik-turun. Penurunan omzet ditahun 2020 dikarenakan pada waktu itu semua bisnis terdampak masa pandemi Covid-19. Dikarenakan adanya pandemi Covid-19, Kohikato *Coffee* yang sudah berjalan kurang lebih satu tahun ini juga terkena dampaknya.

Namun dengan adanya kendala tersebut, owner Kohikato *Coffee* mencoba berinovasi dan tetap bertahan agar dapat memperluas pemasaran produk tersebut ditengah pandemi Covid-19 pada waktu itu. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2021 omzet Kohikato *Coffee* mengalami kenaikan yang terbilang cukup bagus di masa pandemi.

Seiring berjalannya waktu pasti terjadi ketatnya persaingan, untuk mempertahankan agar perusahaan di Indonesia khususnya industri F&B yang bergerak dibidang kopi tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola Kohikato *Coffee* harus mulai berpikir seperti pelanggan, agar dapat mengetahui apa kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa terpuaskan oleh produknya.

Semakin meningkat jumlah pelanggan yang dilayani, semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan. Menerapkan kualitas pelayanan yang baik sangat diperlukan oleh suatu perusahaan, dimana hal ini berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, akan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan yang dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang merasa puas cenderung untuk membeli kembali. Hal ini karena kepuasan merupakan faktor bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan pelanggan Kohikato *Coffee* di Kota Depok, maka penelitian ini berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA,**

DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOHIKATO COFFEE DI KOTA DEPOK”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dengan tujuan untuk memperjelas permasalahan dan dalam usaha mengungkapkan secara lebih rinci. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kohikato *Coffee* di Kota Depok?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kohikato *Coffee* di Kota Depok?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kohikato *Coffee* di Kota Depok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kohikato *Coffee* di Kota Depok.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Kohikato *Coffee* di Kota Depok.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Kohikato *Coffee* di Kota Depok.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana, menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama bangku kuliah, terutama di bidang pemasaran.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi, wawasan dan referensi yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan maupun akademis.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih lanjut terkait dengan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan yang diterapkan oleh *Kohikato Coffee* di Kota Depok, sehingga dapat menjadi masukan yang berarti bagi berkembangnya *Kohikato Coffee* di Kota Depok di masa yang akan datang.

