

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya trend minum kopi berdampak pada peningkatan industri kopi di Indonesia. Hal ini terlihat dari meningkatnya produksi kopi dari tahun 2017-2021 dan juga bertambahnya jumlah *coffee shop*. Ketatnya persaingan *coffee shop* ditunjukkan dengan semakin banyaknya *coffee shop* yang menyajikan produk yang sama namun terdapat perbedaan kualitas pelayanan, lokasi, persepsi harga dan promosi untuk masing-masing bisnis kuliner. Untuk menghadapi ketatnya persaingan tersebut, maka *coffee shop* perlu menjaga kepuasan para konsumennya, karena jika konsumen puas mereka akan melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan ke rekan-rekannya. Menurut Kotler & Keller (2009) Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2012) Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh seorang konsumen ketika konsumen tersebut menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan mereka sesuai dengan yang diharapkan.

Kopi kenangan merupakan brand kopi lokal yang berdiri sejak tahun 2017. *Coffee shop* pertamanya berada di daerah Kuningan, dua tahun kemudian kopi kenangan telah membuka lebih dari 230 kedai di seluruh Indonesia. Kopi kenangan merupakan brand kopi lokal yang berkembang pesat di Indonesia, Kopi kenangan memiliki 90 cabang pada tahun 2019 dan 542 outlet yang tersebar di beberapa kota. Berikut rating kepuasan dan komplain 5 *coffee shop* terkenal yang sudah tersebar di banyak kota di Indonesia yaitu Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa, Momo Cafe, *D'King Coffee*, dan *Maxx Coffee*.

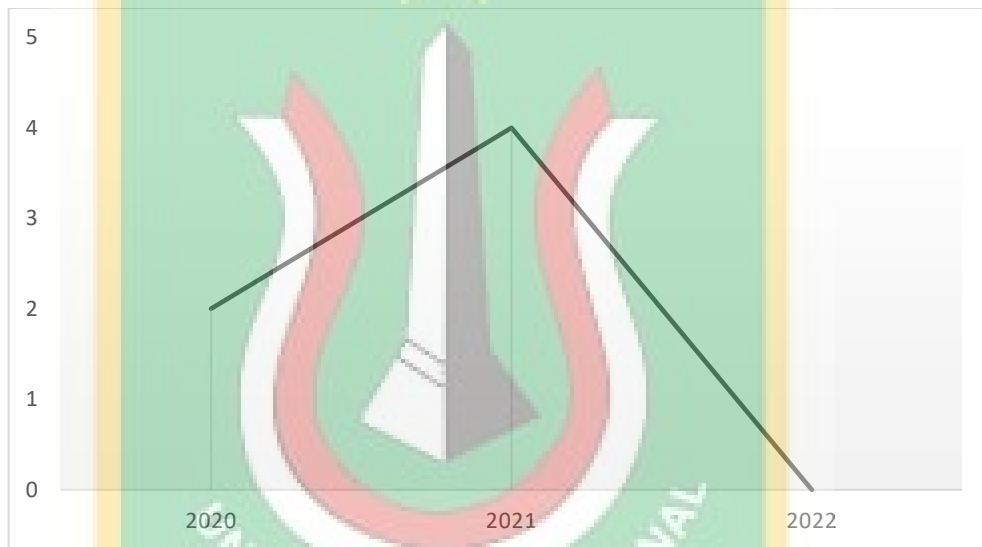
**Tabel 1.1**

**Rating Kepuasan Konsumen Di Mall Pejaten Village Tahun 2022**

No	Nama Usaha	Rating
1.	Momo Cafe	5,0
2.	D'King Coffee	5,0
3.	Kopi Janji Jiwa	4,6
4.	Maxx Coffee	4,4
5.	Kopi Kenangan	4,1

Sumber : (Www.google.com, n.d.)

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, terlihat bahwa kopi kenangan berada pada posisi terbawah dibandingkan dengan beberapa brand kopi yang lain. Rating tersebut merupakan rating kepuasan berupa bintang dari 1-5.



Sumber : Data diolah, 2022

**Gambar 1.1**

**Jumlah Komplain Kopi Kenangan Cabang Pejaten Village 2020-2022**

Berdasarkan Gambar 1.1 tersebut, terlihat bahwa jumlah komplain mengalami fluktuatif yaitu peningkatan di tahun 2020-2021 dan penurunan dari tahun 2021-2022. Tingginya komplain tersebut dapat menurunkan kepuasan konsumen. Artinya terdapat masalah dalam kepuasan konsumen kopi kenangan cabang pejaten village yaitu bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, lokasi, persepsi harga dan promosi.

Faktor yang pertama diduga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler (2002) Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang

dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta yang tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Kualitas Pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena konsumen akan merasa puas. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Saraswati, Kumadji & Abdillah, 2014) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan *Coffee Shop Starbucks* Di Surabaya Dan Kuala Lumpur)” bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor yang kedua diduga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah lokasi. Menurut menurut Tjiptono (2012) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi yang strategis, lingkungan yang aman, dan akses yang mudah membuat kuatnya tingkat kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Suyanti, 2021) yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Diwarung Kopi Netral Rantau Prapat (Study Kasus Konsumen Rantau Prapat)” bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor yang ketiga diduga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah persepsi harga. Menurut Suparyanto (2015), Harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk. Persepsi harga timbul saat konsumen membandingkan pengorbanan yang dilakukan dengan persepsinya mengenai nilai suatu produk. Dan konsumen akan memutuskan apakah harga dari suatu produk itu sudah sesuai atau tidak dengan manfaat yang dirasakannya. Harga yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena konsumen akan merasa puas. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian menurut (Nadhifah, 2022) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap niat pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Faktor yang keempat diduga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah promosi. Menurut Kotler & Keller (2012) menjelaskan bahwa kegiatan promosi adalah aktifitas yang berfungsi untuk meyakinkan pelanggan dengan memperlihatkan produk atau jasa tersebut sehingga dapat membujuk pelanggan untuk membelinya. Promosi yang baik memberikan informasi yang detail mengenai produk sehingga konsumen akan merasa puas. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian menurut (Harahap, Sembiring & Hutasuhut, 2021) yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Kombur Medan” bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Kenangan”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen kopi kenangan agar kopi kenangan menjadi brand favorit dan meningkatkan nilai penjualan. Oleh karena itu disusunlah pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kopi kenangan di cabang pejaten village?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kopi kenangandi cabang pejaten village?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kopi kenangan di cabang pejaten village?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kopi kenangan di cabang pejaten village?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan di penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kopi kenangan di cabang pejaten village

2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada kopi kenangan di cabang pejaten village
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada kopi kenangan di cabang pejaten village
4. Untuk menganalisis promosi terhadap kepuasan konsumen pada kopi kenangan di cabang pejaten village

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya terkait kepuasan konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

