

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya bisnis makanan dan minuman menjadi pilihan bagi banyak pengusaha di Indonesia karena pelanggan semakin meningkat dengan bertambahnya populasi di Indonesia, yang berdampak pada tingkat konsumsi makanan dan minuman yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berbagai langkah diambil oleh pengusaha demi menarik dan menjaga pelanggan.

Kopi merupakan salah satu minuman yang populer di seluruh dunia. Selama periode dari tahun 2015 hingga tahun 2022, permintaan kopi terus mengalami peningkatan. Di Indonesia, hampir semua usia dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula menikmati kopi. Minuman kopi telah menjadi bagian gaya hidup bagi anak-anak dari generasi milenial, bukan hanya sebagai minuman untuk mengusir rasa kantuk. Untuk mereka, kopi merupakan minuman yang dikonsumsi setiap hari. Tren terbaru saat ini adalah popularitas tempat minum kopi atau coffee shop. Coffee shop adalah sebuah lokasi yang menyediakan banyak pilihan kopi dan makanan dalam suasana santai. Tempat ini dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman seperti musik, desain interior yang unik, dan juga tersedia koneksi internet yang cepat bagi para pelanggan yang datang.

Selain menjual kopi, beberapa tempat kopi juga menawarkan beragam pilihan makanan, baik itu camilan ringan maupun hidangan berat. Tempat kopi tidak hanya menawarkan minuman yang terbuat dari kopi, melainkan juga menyediakan minuman lain yang tidak mengandung kopi. Salah satu tempat ngopi yang sering dikunjungi oleh remaja, terutama di daerah Jakarta Selatan, adalah Kopi Tuku. Kopi Tuku terletak di Jalan Cipete Raya No 7 Jakarta Selatan. Tuku berasal dari istilah Bahasa Jawa yang memiliki makna "membeli". Jalan Cipete Raya adalah daerah yang dikelilingi oleh banyak café dan restoran, oleh karena itu Tuku *Coffee Shop* harus mengembangkan strategi pemasaran yang efektif agar dapat bersaing dengan baik.

Semakin banyak *coffee shop* yang berdiri berarti semakin banyak pula pilihan pelanggan untuk memilih kopi yang diinginkan. Perlu adanya hal yang kuat untuk membedakan *coffee shop* Tuku dengan *coffee shop* lain. Pelaku bisnis juga diharapkan mengembangkan produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan pelanggan sehingga Kepuasan elanggan dapat melakukan pembelian dimasa yang akan datang. *Coffee Shop* Tuku mempunyai pesaing utama, adapun pesaing dari *coffee shop* sebagai berikut :

Tabel 1. 1

**Beberapa Coffee Shop di Cipete Jakarta Selatan**

<b>Nama Coffee Shop</b>	<b>Rating</b>	<b>Lokasi</b>
Toodz House Coffee	4,25	Jln Cipete Raya No 7d
Kopi Mandja	4,16	Jln Cipete Raya No 2
Selibar Coffee	4,10	Jln Cipete Raya No 18
Lanell Coffee	4,7	Jln Cipete Raya B No 7
Tuku Coffee Cipete	4,1	Jln Cipete Raya No 18A

Sumber: [www.pwergukuliner.com](http://www.pwergukuliner.com)

Tabel 1.1 menunjukkan beberapa *coffee shop* yang berada di sekitar Cipete terdapat penilaian (*rating*) selama 3 tahun terakhir pelanggan terhadap *coffee shop* tersebut. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa Toodz House merupakan *coffee shop* dengan penilaian tertinggi sebesar 4,25 sedangkan Kopi Tuku menduduki rating dibawah satu tingkat Lanell Coffee Shop. Pesaing utama di *coffee shop* Tuku adalah Toodz House dan Kopi Mandja dengan rating yang tinggi.

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa terdapat pemasalahan yang dapat menggambarkan permasalahan pada kepuasan pelanggan. Permasalahan pada kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh *Brand Awareness* (X1), Variasi Produk (X2), dan *Word of Mouth* (X3). Hal ini dibuktikan dengan ulasan yang diberikan oleh sebagian pelanggan Kopi Tuku Cipete tentang kepuasan pelanggan dalam bentuk *rating*.

**Tabel 1. 2**  
**Data Penjualan Kopi Tuku Cabang Cipete Tahun 2022**

<b>Periode</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Pengunjung</b>
<b>April</b>	2.780	926
<b>Mei</b>	2.574	860
<b>Juni</b>	2.881	961
<b>Juli</b>	2.951	984
<b>Agustus</b>	2.086	696
<b>September</b>	2.065	689
<b>Total</b>	<b>15.337</b>	<b>5.116</b>

Sumber : Data Internal Kopi Tuku Cipete

Dari data diatas menunjukkan sebanyak 5.116 pelanggan mengunjungi Kopi Tuku selama enam bulan ditahun 2022. Data penjualan dari Toko Kopi Tuku Cipete pada periode April sampai Juli penjulana produk meningkat, sedangkan diperiode Agustus – September penjualan menurun sebesar 4.151.

Saat ini kepuasan pelanggan telah menjadi penyebab utama dalam pemasaran, mengingat sudah banyak sekali *coffee shop* dikawasan Cipete. Tingkat persaingan menjadi tinggi dengan kenaikan produk yang beragam. Bagi perusahaan, kepuasan pelanggan menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan profit perusahaan. Umar (2005:65) menjelaskan bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Ada dua hal penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu mutu produk dan pelayanan”. Kepuasan adalah kesan dari kerja perusahaan dan harapan pelanggan. Perusahaan harus berfokus pada kepuasan pelanggan karena akan menentukan apakah pelanggan akan puas atau sebaliknya dengan kinerja perusahaan dan produk yang ditawarkan. Apabila pelanggan memiliki rasa puas terhadap suatu produk, maka merek yang tertera pada produk tersebut semakin dikenal dan diingat oleh pelanggan sehingga menimbulkan suatu kesadaran merek (David A. Aaker, 1997).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kesadaran merek (*brand awareness*), hal ini terlihat dari hubungan antara kesadaran merek dan kepuasan pelanggan. Menurut penelitian yang berbeda (Izzudin & Novadari, 2018), menilai kebahagiaan pelanggan memiliki dampak yang menguntungkan pada pengenalan merek. Kepuasan pelanggan secara langsung dipengaruhi oleh *brand awareness* (Damayanti dan Wahyono, 2015). Kesadaran merek (*brand awareness*) menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek memiliki dampak yang menguntungkan pada variabel yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan betapa mudahnya mengenali dan mengingat Toko Kopi Tuku Cipete. Kepuasan pelanggan akan meningkat dengan meningkatnya kesadaran merek pada pelanggan. Karena memiliki korelasi langsung dengan tingkat kepercayaan masyarakat sebagai konsumen, *brand awareness* merupakan komponen yang sangat penting.

Variasi produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dapat dibuktikan menggunakan keragaman produk dari produk yang mereka jual, aneka macam ukuran produk yang mereka jual, desain yang dijual, kemasan, pelayanan, serta pengembalian yang harus diperhatikan oleh perusahaan secara seksama terhadap variasi produk yang didapatkan secara holistik, semakin beragam produk yang dijual mengakibatkan kepuasan pelanggan yang dirasakan meningkat (Adi Rizki Suwito & Nugroho Mardi Wibowo Soenarmi). menurut Bauer (2012), terdapat hubungan positif serta signifikan antara variasi produk dengan kepuasan pelanggan.

*Word of Mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, untuk dapat dinyatakan mempertahankan pelanggan yaitu kepuasan pelanggan. Indikator kepuasan pelanggan dapat membangun *word of mouth* teori kottler dalam suwardi (2011). Teori yang dijelaskan Kotler dan Keller (2009:140) bahwa pelanggan yang puas umumnya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru serta memperbarui produk lama, menyampaikan hal-hal positif tentang perusahaan, produk atau jasanya kepada orang lain. Pelanggan yang puas cenderung akan menyampaikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:194). Dapat dikatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap

kepuasan pelanggan. Pelanggan akan melakukan *word of mouth* Jika merasa puas atas produk yang diterima.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik meneliti *Coffee Shop* dengan judul “**Pengaruh *Brand Awareness*, Variasi Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop* Tuku Cabang Cipete Jakarta Selatan**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *Brand Awareness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *coffee shop* Tuku Cabang Cipete Jakarta Selatan?
2. Apakah Variasi Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *coffee shop* Tuku Cabang Cipete Jakarta Selatan?
3. Apakah *Word of Mouth* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *coffee shop* Tuku Cabang Cipete Jakarta Selatan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan *Brand Awareness* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop* Tuku Cabang Cipete Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop* Tuku Cipete Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop* Tuku Cipete Jakarta Selatan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Data dan informasi serta hasil yang didapatkan sebagai pelaporan tugas akhir tentunya diharapkan bisa memberikan manfaat bagi penulis, bagi pemilik usaha, dan bagi akademis maka manfaat kajian ini antara lain:

##### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi peneliti mengenai *brand awareness*, variasi produk dan *word of mouth*.

##### **2. Bagi Instansi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi yang bermanfaat bagi pemilik instansi dalam permasalahan *brand awareness*, variasi produk dan *word of mouth*.



