

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banyaknya bisnis *food and beverage* yang muncul termasuk *coffee shop* dengan adanya kompetitor yang semakin banyak, agar tetap mengungguli kompetitor sehingga konsumen tetap setia, hal yang dapat dicapai oleh banyak kompetisi adalah mempertahankan pasarnya melalui rencana pengembangan konsumen. Makna arti *coffee shop* saat ini mengalami perubahan, Sebagian besar pengunjung atau konsumen kedai kopi tidak hanya makan dan minum, dengan kata lain *coffee shop* juga bisa digunakan untuk waktu senggang, seperti bertemu dengan teman, kerabat dan meeting kerja. Seiring berkembangnya industry kopi, saat ini banyak bermunculan kedai kopi didalam negeri yang sedang mengalami banyak perubahan inovatif terutama perubahan konsep tempat, sehingga sesuai dengan gaya hidup pelanggan saat ini dengan konsep yang menarik dan *instagramable*.

Coffee shop merupakan salah satu tempat yang pada awalnya hanya menyajikan menu kopi secara cepat saji, karena dibutuhkan pelanggan yang tidak ada habnisnya, sehingga perkembangan *coffee shop* seperti saat ini. Kedai kopi merupakan tempat yang menyediakan beranekaragam jenis kopi yang berasal dari daerah Indonesia yang tidak mengandung *alcohol*, dengan tempat yang nyaman dalam keadaan santai yang dilengkapi dengan suara live musik, ditambah dengan konsep suasana yang menarik dengan kualitas layanan dengan sopan dan ramah. Ditambah dengan adanya jaringan wifi yang dapat digunakan pada seluruh pengunjung. Kopi kebun Bintaro adalah salah satu tempat kopi yang menarik dan juga *instagramable* dengan konsep Bali yang berlokasi di Bintaro dengan luas 600 meter² dan akan ada *planning* untuk perluasan lahan, Selain kopi tempat tersebut menyediakan berbagai macam makanan mulai dari singkong hingga *rice bowl*. Yang menjadi *Signature* pada tempat tersebut adalah es kopi pandan dan es kopi susu buah pala.

Seiring dengan perkembangan zaman kopi telah menjadi Sebagian dari kultur yang modern. Banyak orang mengunjungi pergi ke kedai kopi hanya untuk menghabiskan waktu bersama keluarga maupun rekan – rekannya dengan

menikmati suasana santai. Dalam upaya menjaga konsistensi usaha kedai kopi ini agar tetap terus maju bertahan saing dengan pesaing maka harus di perhatikan kualitas layanan, promosi harga yang dapat mengacu pada kepuasan pelanggan sehingga dapat menimbulkan dampak positif pada loyalitas pelanggan.

Menurut Tjiptono & Chandra, (2016) baik atau buruknya kualitas pelayanan bergantung dengan kemampuan perusahaan, dalam *service quality* yang baik untuk memenuhi harapan seorang pelanggan dengan tidak berubah atau konsisten. Menurut Tjiptono & Chandra, (2016:151) Berhasil tidaknya suatu penjualan tidak hanya bergantung pada *service quality* yang baik. Namun juga tergantung pada faktor lain, seperti *price* dalam promosi produk. Perusahaan harus menetapkan harga yang tepat dan konsisten.

Menurut P Kotler & Armstrong, (2014:151) *price* yaitu jumlah nominal berupa mata uang yang di bebaskan penyedia produk kepada konsumen. Menurut Guntur, 2010. (sebagaimana di kutip dalam Sueni & Loebis, 2019) Harga yaitu suatu elemen dalam marketing yang memberikan profit bagi perusahaan. Oleh karena itu, dibandingkan dengan produk lain dalam kategori yang sama, konsumen lebih sering mengunjungi perusahaan yang menyediakan produknya dengan harga yang relatif murah, dan konsumen menerima kualitasnya berdasarkan harga yang mereka bayarkan. Karena bagi konsumen, harga biasanya dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan dari produk yang dikonsumsi, dan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen sehingga membangun loyalitas konsumen. Dalam rangka membangun loyalitas konsumen kepada perusahaan, harus di perhatikan dalam hal kualitas pelayanan dan promosi harga serta konsistensi harga.

Menurut P Kotler & Armstrong, (2016) Kepuasan konsumen mengacu pada perasaan kecewa atau senang setelah melakukan pra pembelian produk atau jasa yang memenuhi harapan. Jika memenuhi ekspektasi, konsumen akan puas. Jika tidak memenuhi ekspektasi maka pembeli merasa kurang puas. Kepuasan pelanggan bisa diartikan bahwa level kepuasan konsumen setelah membandingkan barang atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang di harapkan.

Menurut P Kotler & Armstrong, (2014:35) Kepuasan pelanggan adalah asumsi pelanggan karena mereka membedakan kinerja atau hasil yang mereka yakini lebih besar dari yang mereka harapkan.

Menurut P Kotler & Armstrong, (2014) Loyalitas konsumen suatu pendirian yang dimiliki secara dalam agar memperoleh sifat *buyback* atau pembelian kembali kepada barang yang diinginkan pada waktu yang akan mendatang.

Dengan keunikan tempat berkonsep bali, kopi kebun Bintaro seperti yang sudah dijelaskan di atas, hasil penelitian terdahulu, yang ingin peneliti ketahui dalam penelitian ini apakah variabel-variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh pada kepuasan konsumen dan berdampak pada loyalitas konsumen. *Research gap* yang peneliti lihat dari tempat ini adalah tempat *indoor* yang kecil sehingga ketika hujan para pelanggan yang berada di *outdoor* kebingung untuk duduk dan menikmati kopi tersebut karena kurang luasnya tempat *indoor*. Dan sering terjadi kesalahan *input* menu pada kasir sehingga menu yang dipesan oleh pelanggan ketika yang diantarkan berbeda. Banyaknya meja yang kosong namun tidak ada kursinya karena diambil dengan konsumen lain yang datang. Oleh karena itu penelitian ini diberi judul yaitu **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Di Kopi Kebun Bintaro.**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Tempat *indoor* kurang luas untukantisipasi ketika hujan.
2. Pesanan yang datang berbeda dengan yang dipesan.
3. Tingginya tingkat konsumsi kopi di masyarakat membuat persaingan di industri tempat kopi semakin meningkat.
4. Banyaknya meja kosong namun tidak ada kursinya.

1.3 Rumusan Masalah

Bahwa rumusan masalah yang dikemukakan yaitu:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kopi kebun Bintaro.
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di kopi kebun Bintaro.
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen kopi kebun Bintaro.
4. Apakah ada pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di kopi kebun Bintaro.
5. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di kopi kebun Bintaro.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kopi kebun Bintaro.
2. Mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di kopi kebun Bintaro.
3. Mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di kopi kebun Bintaro.
4. Mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di kopi kebun Bintaro.
5. Mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di kopi kebun Bintaro.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Untuk Peneliti

Penulisan tersebut dapat menjadi sarana untuk menerapkan ilmu manajemen dalam bidang *marketing* yang telah dipelajari dan diperoleh selama perkuliahan.

2. Untuk Pihak Perusahaan Kopi Kebun Bintaro

Penulisan tersebut memberikan pandangan bagi industri agar dapat melihat cara yang digunakan sudah *running* sebagik mungkin apa belum dan memakai konsep atau strategi yang lebih baik lagi untuk kedepannya untuk mengembangkan *customer satisfaction* dan memberikan wawasan tentang pengaruh *service quality* dan *price* terhadap *customer satisfacation* sehingga berdampak positif pada *customer loyalty*..

3. Untuk Akademis

- Penulisan tersebut akan menambah pandangan dalam pengembangan pengetahuan yang baru. untuk referensi mempermudah para akademisi yang akan melakukan penelitian khususnya dalam lingkup Universitas Pembangunan Jaya.