

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini dimana perkembangan zaman semakin pesat, terjadi pula peningkatan kesejahteraan dan perubahan gaya hidup masyarakat di Indonesia yang berdampak juga pada pemenuhan kebutuhan dan refreshing, salah satu dari kejadian itu adalah semakin banyak masyarakat yang berkunjung ke *coffee shop*. Dapat kita lihat di Yogyakarta *coffee shop* semakin banyak tersebar dengan konsep dan brand yang semakin banyak juga, dengan meningkatnya jumlah *coffee shop* yang ada jumlah pengunjung nya pun meningkat secara pesat juga. Kini terjadi transformasi dalam penggunaan *coffee shop* yang tidak hanya untuk sekedar minum kopi tapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dimana *coffee shop* menjadi tempat berkumpul yang banyak diminati, bahkan *coffee shop* menjadi identitas eksistensi dan simbol prestige bagi masyarakat bisnis. Banyak masyarakat yang sekarang setiap hari berkunjung ke *coffee shop* untuk sekedar menikmati kopi ataupun nongkrong bersama teman teman.

Kopi saat ini merupakan salah satu minuman yang paling populer di dunia. Kopi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia sehari-hari, banyak pelajar dan karyawan membutuhkan kopi sebagai sumber kafein di pagi hari (Menke, 2018), kopi merupakan komoditas kedua yang paling dicari didunia, dengan pasar global bernilai lebih dari \$100 miliar dan terus berkembang dengan pesat. Dunia mengonsumsi rata-rata 500 miliar cangkir kopi setiap tahunnya dan terus meningkat.

Coffee Shop adalah tempat dimana kita bisa mendapatkan kopi dan makanan. Makanan ringan dan makanan besar menjadi lebih umum seiring berkembangnya era kedai kopi. Kata “café” berasal dari Bahasa Prancis dan berarti “kopi”. Kafe adalah sebutan orang Prancis untuk kopi. Prancis dikenal dengan sebutan “Negeri Kafe” karena industri kafe yang begitu berkebang pesat disana, dan dari Prancislah kafe mulai menyebar ke seluruh dunia. Kafe sering dikenal sebagai *coffee shop*, adalah kata dalam Bahasa Turki yang berarti “kedai kopi”. Kedai kopi pertama dibangun pada tahun 1475 di Konstantinopel, Turki (Istanbul).

Saat ini *coffee shop* telah banyak berkembang dan jumlahnya semakin banyak, maka timbul juga persaingan yang menjadi tantangan dan ancaman bagi para pengusaha *coffee shop*. Tantangan tersebut adalah bagaimana *coffee shop* dapat bersaing dengan para pesaing dan bagaimana mendapatkan dan mempertahankan konsumen yang loyal. Konsumen yang loyal adalah yang bersedia untuk datang kembali ke *coffee shop* pilihannya serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Loyalitas pelanggan sangatlah penting bagi pengusaha yang tetap ingin mempertahankan usahanya. Hal ini membuat para pengusaha *coffee shop* bersaing untuk memberikan kualitas produk, dan harga yang terbaik untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yang nantinya menimbulkan loyalitas pelanggan.

Rumah Lama Kopi merupakan salah satu *coffee shop* di Kota Yogyakarta yang memiliki banyak pelanggan tetap, maka dari itu Rumah Lama Coffee perlu mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah dimilikinya untuk menjaga keberlangsungan bisnisnya, karena persaingan saat ini semakin ketat. Namun di beberapa penelitian yang ada disebutkan bahwa kualitas produk dan harga tidak

berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Karena adanya temuan yang berbeda untuk penelitian yang sama, maka menimbulkan celah penelitian mengenai bagaimana pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka beberapa penelitian lainnya memberikan solusi dengan cara menyisipkan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Karena pada beberapa penelitian lainnya ditemukan banyak pengaruh produk, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan keseluruhan latar belakang yang telah diungkapkan sebelumnya, maka perlu dilakukan suatu penelitian mengenai hubungan antara pengaruh produk, harga, kepuasan pelanggan dalam suatu kerangka konsep penelitian karena hasil penelitian pada objek atau lokasi yang berbeda cenderung berbeda hasilnya. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui apa pengaruh produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* dengan lebih jelas.

Pada penelitian terdahulu di temukan bahwa kedai kopi, kualitas kopi, harga, memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat mempunyai dampak yang besar bagi perusahaan tersebut dan hipotesisnya diterima

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam suatu kerangka konsep penelitian karena hasil penelitian pada objek dan lokasi yang berbeda cenderung memiliki hasil yang berbeda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penyampaian uraian dalam latar belakang di atas, telah dirumuskan masalah secara garis besar seperti:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Lama Kopi?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Lama Kopi ?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Lama Kopi ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang mungkin dapat digunakan untuk penelitian tentang kompensasi beserta penjelasan kompensasi menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018), Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat.
2. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) *“Price the amount of money charged for a product or service, or thr sum of value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service”*. (harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa).

3. Menurut (Tjiptono, 2022) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan melalui penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan dan dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta penelitian- penelitian selanjutnya yang memiliki fokus pada pilar pemasaran. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bukti empiris dari pengaruh produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk evaluasi bagi Rumah Lama Kopi agar dapat memberikan produk dan service terbaik serta dapat meningkatkan apa yang belum sesuai dengan minat konsumen di Rumah Lama Kopi. Penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan apa yang perlu

di inovasi dan evaluasi agar perusahaan dapat terus sustain di ketatnya persaingan yang ada.

1.6 Sistematika Laporan

Dalam penelitian ini akan dirumuskan menjadi beberapa bab, dimana antara satu bab dengan bab lain akan saling berkaitan satu sama lain membentuk satu kesatuan yang utuh sehingga nantinya akan ditarik kesimpulan dari penelitian ini yang dapat berguna bagi para pembacanya. Sistematika pembahasan pada penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan teori-teori yang mendasari permasalahan penelitian terkait dengan variabel penelitian yaitu: Kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, data penelitian, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, metode pengujian instrumen dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi sifat responden, pengujian hasil data dan diakhiri dengan pembahasan. Hasil penelitian yang didapat merupakan hasil perhitungan penelitian yang telah diolah menggunakan metode yang tepat untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan hasil penelitian yang diperoleh dari menganalisis data, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran.

