

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menawarkan inovasi- inovasi baru, baik dalam hal produk yang lebih menarik dan atau pelayanan yang lebih memudahkan untuk para pelanggannya. Hal tersebut dilakukan demi mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggannya. Sehingga pelanggan yang telah merasa puas terhadap produk atau jasa yang telah diterimanya, dapat melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Dalam proses ekonomi global, bisnis yang sejenis akan mengalami persaingan yang ketat baik dari segi kualitas produk yang berikan, harga yang ditawarkan sampai dengan strategi yang di pakai oleh suatu perusahaan. Persaingan dalam dunia bisnis yang sejenis membuat para pengusaha berusaha merumuskan strategi yang sesuai untuk dapat menjual produknya. Keputusan pembelian konsumen diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi.

Perkembangan bisnis di Indonesia belakang ini semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menyebabkan persaingan yang sangat tajam antara perusahaan, baik antara pesaing yang semakin bertambah, *volume* produk yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi yang ada. Keadaan ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi

perusahaan, agar perusahaan dapat mengetahui strategi apa dan bagaimana yang harus diterapkan oleh perusahaan. Oleh sebab itu persaingan sangat penting bagi keberhasilan maupun kegagalan suatu perusahaan, dimana pesaing dengan menggunakan pendekatan pasar adalah perusahaan – perusahaan yang memuaskan kebutuhan pelanggan yang sama.

Di tengah persaingan usaha yang sangat ketat, setiap perusahaan menawarkan produk yang terbaik maka kunci sukses terletak pada pemasarannya. Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor penting guna menjaga kelangsungan hidup perusahaan yang menghadapi persaingan. Pentingnya strategi pemasaran menyebabkan perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk berhasil yaitu dengan cara melakukan berbagai macam strategi pemasaran.

Maraknya bisnis kuliner mengharuskan para pelaku bisnis membuat usahanya tampil berbeda sehingga menarik minat konsumen untuk berkunjung dan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen. Dalam hal ini strategi – strategi pemasaran sangat berperan penting.

Saat ini usaha Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, perkembangan ini ditandai dengan semakin banyaknya tempat tongkrongan yang bermunculan dengan aneka pilihan menu yang ditawarkan. Hampir bisa dipastikan disetiap jalan, terutama daerah perkotaan, kita

dapat menemukan Caffe minimal satu, bahkan kita juga dapat menemukannya di jalan yang ramai dan dekat dengan pemukiman. Dengan semakin banyaknya Cafe yang berdiri, maka semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh setiap pengusaha Cafe.

Salah satu usaha Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi menawarkan berbagai macam kopi, juga dilengkapi dengan aneka minuman lain, serta makanan. Selain itu mereka juga menyediakan live music setiap minggunya. Minuman kopi yang identik minumannya untuk para lelaki tapi pada observasi pengamatan ternyata banyak wanita yang juga cenderung menghabiskan waktu mereka di Café Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi mulai dari pelajar, mahasiswa, pembisnis, keluarga dan lain-lain. Tidak hanya untuk bersantai sambil menikmati makanan dan minuman yang ada di Café Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi, tetapi telah menjadi tempat bagi mereka untuk membuat acara khusus seperti arisan, reunian, rapat, acara ulang tahun serta menghabiskan waktu bersama teman dan keluarga. Salah satu yang menjadi perhatian di dalam permasalahan ini adalah bagaimana cara meningkatkan kepuasan konsumen dalam melakukan kunjungan pada Café Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi. Penting bagi perusahaan untuk berfokus pada kepuasan konsumen agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Menurut (**Widyawati et al., 2020**) kepuasan adalah patokan untuk menilai sebuah kualitas produk dan layanan, kepuasan pelanggan, secara umum mengarah pada persepsi yang rumit, terkait dengan ekspektasi klien yang ditentukan baik dengan faktor kualitas objektif dan interaksi subjektif yang menentukan pengalaman

pelanggan saat membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Berikut data yang menunjukkan perkembangan jumlah konsumen dari periode Januari sampai bulan Oktober tahun 2022 :

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi
Periode Januari – Oktober 2022

Priode	Jumlah Pelanggan	Persentase (%)
Januari	750	8,53%
February	873	9,92%
Maret	1.050	11,94%
April	772	8,78%
Mei	679	7,72%
Juni	980	11,14%
Juli	892	10,14%
Agustus	1.134	12,89%
September	984	11,19%
Oktober	678	7,71%
Jumlah	8.792	100%

Sumber data : Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi yang tercatat

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa capaian jumlah konsumen setiap bulan terjadi penurunan serta kenaikan atau biasa disebut fluktuatif. Hal ini terlihat jumlah konsumen paling banyak data pada bulan Agustus dengan jumlah 1.134 orang dan penurunan jumlah konsumen paling rendah terjadi pada bulan Mei yaitu sebanyak 679 orang atau 7,72%. Hal ini terindikasi karena kepuasan konsumen ini sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan sebab kepuasan konsumen sangat berkaitan dengan keberhasilan penjualan produk. Kepuasan konsumen yang tinggi apabila dapat diciptakan oleh perusahaan akan menjadi aset yang berharga bagi keberlangsungan perusahaan. Kepuasan konsumen yang tinggi menurut (**Sasangka,**

2018) konsumen yang memiliki kepuasan yang tinggi memiliki ciri umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberikan perhatian banyak terhadap produk pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan transaksinya bersifat rutin. Sedangkan kepuasan konsumen yang rendah adalah ketika kesetiaan konsumen tidak berlangsung lama, tidak membeli lebih banyak produk ketika perusahaan mengeluarkan produk baru, tidak membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, memberikan perhatian lebih kepada produk perusahaan pesaing, tidak menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan transaksi yang dilakukan tidak rutin.

Jadi konsumen yang memiliki kepuasan yang tinggi pada umumnya akan melakukan transaksi yang rutin dan membeli lebih banyak produk. Dengan membeli lebih banyak produk dan melakukan transaksi secara rutin akan berdampak pada kenaikan tingkat penjualan produk pada perusahaan karena produk yang dijual lebih banyak terjual. Sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen yang tinggi akan berbanding lurus dengan tingkat penjualan produk dari perusahaan. Namun apabila kepuasan konsumen yang diciptakan rendah, maka akan menghambat tingkat penjualan produk dari perusahaan, dan apabila dibiarkan akan mematikan perusahaan. Dengan demikian kunci keberhasilan perusahaan terletak pada mampu atau tidaknya perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Semakin mampu

perusahaan untuk memuaskan konsumen, maka akan semakin kuat perusahaan bertahan dalam persaingan pasar. Namun apabila perusahaan tidak mampu memuaskan konsumennya maka perusahaan akan kalah dalam persaingan pasar.

Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk. Menurut (**Astri, 2022**) kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan serta menghasilkan suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan. (**Ariq et al., 2021**) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan (**Wijaya, 2018**) menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Selain kualitas produk, adapun harga yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (**Santoso, 2019**) harga merupakan nilai tertentu yang harus dibayar atas nilai suatu produk atau jasa yang telah dibeli atau digunakan. Harga menjadi nilai agregat dari semua hal yang diberikan produsen terhadap pelanggan dalam mendapatkan keuntungan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut (**Nurchahyo & Wahyuati, 2018**) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Salah satu permasalahan pada harga yang terjadi di Kopi Bana X Fallen's Kitchen

Bukittinggi yaitu banyaknya persaingan harga dengan coffe shop lainnya, kecendrungan masyarakat pada produk yang berkualitas tapi dengan harga yang murah hal ini membuat Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi kesulitan dalam menetapkan harga. Menurut **(Purnamasari, 2017)** dapat dipahami bahwa harga merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, permasalahan harga perlu juga ditinjau kaitannya dengan kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk dan harga hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah lokasi. Selain harga pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis. Walaupun mempunyai produk yang bagus, tetapi jika tidak di dukung oleh lokasi yang strategis, produk tersebut tidak akan dilirik oleh konsumen. Dua faktor dalam menentukan empat usaha adalah pemilihan lokasi yang strategis dan fasilitas yang mendukung. *Place* adalah tempat dimana kita menentukan letak usaha kita. Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

Selain kualitas produk, harga dan penentuan lokasi, strategi promosi juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu produk barang ataupun jasa. Promosi adalah

suatu bidang kegiatan marketing dan merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan (*information*), membujuk (*persuasion*) dan mempengaruhi (*influence*). Segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan penjualan, betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk atau barang itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya (**Kotler, 2019**). Fenomena yang ada pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi masih belum memanfaatkan media sosial dengan baik untuk melakukan promosi, serta penggunaan media promosi lainnya seperti pemasangan iklan ditempat-tempat tertentu yang masih belum dilakukan Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh (**Setyo, 2019**) mengenai analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan waroeng spesial sambal cabang Lampersari Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, perbedaan yang diperoleh terletak pada objek penelitian, dimana pada penelitian sebelumnya pelaksanaan penelitiannya dilaksanakan pada waroeng spesial sambal cabang Lampersari Semarang. Sementara itu, pada objek pelaksanaan penelitian saat ini dilaksanakan pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh (**Rufliansah, 2020**) mengenai kualitas produk, harga dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pengguna mobil nissan march pada PT. Wahana Wirawan Manado. Hasil penelitian

yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, perbedaan yang diperoleh terletak pada objek penelitian, dimana pada penelitian sebelumnya pelaksanaan penelitiannya dilaksanakan pada PT. Wahana Wirawan Manado. Sementara itu, pada objek pelaksanaan penelitian saat ini dilaksanakan pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.

(Gultom et al., 2020) penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen kopikita Semarang. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kualitas produk, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, perbedaan yang diperoleh terletak pada objek penelitian, dimana pada penelitian sebelumnya pelaksanaan penelitiannya dilaksanakan pada kopikita Semarang. Sementara itu, pada objek pelaksanaan penelitian saat ini dilaksanakan pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.

Berdasarkan data dan fenomena tersebut dapat diketahui bahwa Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi perlu meningkatkan kualitas produk, harga, lokasi dan promosi untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas maka di identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih rendahnya tingkat kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi hal ini dibuktikan dengan perkembangan jumlah konsumen.
2. Masih belum optimalnya kualitas produk yang diciptakan Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.
3. Penetapan harga yang masih belum memperhatikan harga pesaing disekitar.
4. Penetapan lokasi Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi yang sulit diakses karena sempitnya lahan parkir disekitran usaha.
5. Tingkat status sosial yang masih tinggi untuk target calon konsumen.
6. Kegiatan promosi yang belum optimal dimanfaatkan oleh Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.
7. Target konsumen belum terarah dengan baik serta tidak adanya penetapan pangsa yang jelas
8. Persaingan yang semakin ketat terjadi didunia pemasaran dimana setiap produk dijual dengan harga yang berbeda tetapi kualitas yang sama.
9. Promosi yang dilakukan belum dilakukan secara maksimal atau belum terarah.
10. Keragaman budaya konsumen dalam menentukan pilhan.

1.3 Batasan Masalah

Agar terfokusnya penelitian ini penulis hanya membatasi permasalahan pada hal-hal yang berkenaan dengan kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan promosi (X4) sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi ?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi ?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi ?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa manfaat. Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan usaha dan strategi pemasaran juga sebagai bahan pertimbangan untuk pimpinan Kopi Bana X Fallen's Kitchen Bukittinggi dalam melakukan pengambilan keputusan untuk tercapainya tujuan dari perusahaan.

2. Bagi Penelitian Lain

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan serta sebagai bahan bacaan yang bermanfaat dan sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.

3. Bagi Penulis

Sebagai implementasi ilmu Manajemen Pemasaran yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.