

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan usaha bisnis semakin pesat terjadi ditandai dengan perkembangan zaman seperti perkembangan teknologi dan sebagainya. Pada era globalisasi ini perkembangan setiap sektor terkhusus pada sektor bisnis perlu melakukan perkembangan sesuai tuntutan zaman agar tidak tertinggal dengan para kompetitor, dengan mengikuti perkembangan zaman nantinya akan dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat ini. Dengan begitu setiap perusahaan dituntut untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaan agar tetap dapat bersaing. Dalam menyikapi hal ini Perusahaan seharusnya mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi para konsumennya dan juga tetap dapat bertahan dalam persaingan di dunia bisnis (Suyono et al. 2019).

Saat ini banyak bisnis berkembang cukup pesat, dengan menciptakan ide-ide kreatif serta inovatif diharapkan sebuah bisnis mampu untuk bertahan dan eksis di dalam dunia usaha. Banyaknya bisnis yang serupa membuat tingkat persaingan antara perusahaan satu dengan yang lainnya semakin tinggi. Kini persaingan dunia bisnis semakin ketat terjadi, hal ini dapat dirasakan oleh para pengusaha ataupun pedagang. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif harus dapat memberikan kualitas yang terbaik seperti dalam segi fasilitas, kualitas

produk, kualitas layanan lokasi dan semacamnya dengan harga terjangkau, sehingga akan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen atau pelanggan (**Krisdayanto et al. 2018**).

Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan Jasa yang menarik, kepuasan pelanggan yang menyenangkan, fasilitas-fasilitas yang menunjang, dan lokasi yang strategis. (**Krisdayanto et al. 2018**). Perkembangan bisnis pada saat sekarang ini membuat konsep pemasaran juga turut berkembang, konsep pemasaran sekarang ini dengan yang terdahulu sudah mengalami banyak perubahan terlihat dari kegiatan pemasaran sekarang lebih memfokuskan pada kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen telah menjadi salah satu kunci keberhasilan sebuah usaha. Menurut (**Agestina and Susilowati 2019**) Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Konsumen yang puas terhadap apa yang telah diberikan produsen kepadanya akan membuat konsumen tersebut lebih loyal dan enggan untuk berpindah ke tempat lain, dalam hal ini sebuah bisnis perlu memperhatikan dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Bisnis di bidang kuliner merupakan salah satu bisnis yang banyak dijalankan pada saat sekarang dan menjadi ini memiliki berbagai macam ragam seperti restoran, rumah makan, cafe, toko kue, toko roti dan semacamnya. Tentunya usaha dibidang

kuliner sangat mempengaruhi pertumbuhan dan membantu perekonomian bangsa ini, sebagai pelaku pasar, para produsen memiliki cara agar dapat terus menciptakan dan mempertahankan pelanggan. **(Asti and Ayuningtyas 2020)**.

Konsumen sebagai penikmat kuliner tentunya akan mempertimbangkan aspek harga, lokasi, kualitas produk dan layanan yang memuaskan, sehingga konsumen merasa puas karena apa yang diharapkan dapat terpenuhi **(Agestina and Susilowati 2019)**. Fokus pada kepentingan konsumen dengan memusatkan perhatian pada kebutuhan serta keinginan konsumen adalah faktor kunci kesuksesan menjalankan bisnis dalam lingkungan persaingan yang semakin kompetitif saat sekarang ini. Sebuah bisnis kuliner harus mampu memberikan sesuatu yang bernilai dan mampu membuat sebuah kesan atau persepsi konsumen dengan cara memuaskan konsumen.

Dalam hal ini harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Dalam bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Harga adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan. **(Rahayu 2020)**

Selain harga lokasi juga merupakan salah satu faktor kunci sebuah usaha untuk mendapatkan kepuasan konsumen, dengan pemilihan lokasi yang tepat maka akan membuat sebuah usaha menjadi berhasil. Lokasi adalah posisi suatu tempat, benda, peristiwa dipermukaan bumi dalam hubungannya dengan tempat, benda, peristiwa lain **Maryani (dalam Agestina and Susilowati 2019)**. Komponen lokasi terdiri atas arah dan jarak. Arah menunjukkan posisi suatu tempat dibandingkan dengan tempat lain, sedangkan jarak adalah ukurannya jauh atau dekatnya dua benda atau gejala tersebut. Arah suatu tempat bersifat relatif, demikian pula dengan jarak relatif. Arah dan jarak menentukan intensitas hubungan dua tempat (**Agestina and Susilowati 2019**).

Kualitas produk juga merupakan salah satu faktor kunci mendapatkan kepuasan konsumen dengan kualitas produk yang bermutu maka konsumen akan puas memperoleh produk tersebut. Menurut (**Siagian and Wijoyo 2021**) Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk Meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program TQM (*Total Quality Managemen*) (**Agestina and Susilowati 2019**). Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, yang merupakan suatu pengertian gabungan dari

keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Produk yang ditawarkan setiap perusahaan akan berbeda dan pasti mempunyai karakteristik yang membedakan produk itu dengan produk pesaing walaupun jenis produknya sama sehingga produk itu memiliki keunikan, keistimewaan, keunggulan dalam meraih pasar yang ditargetkan.

Kualitas layanan juga menjadi salah satu faktor kunci untuk mendapatkan kepuasan konsumen dimana dengan tingkat kualitas layanan prima yang didapatkan konsumen maka akan meningkatkan pula kepuasan konsumen. Menurut **Parasuraman (dalam Krisdayanto et al. 2018)** mengemukakan bahwa kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan pelanggan atas kepuasan pelanggan yang mereka terima atau peroleh.

Cafe Camkoha merupakan salah satu bisnis usaha kuliner yang ada di Kota Pariaman yang menjual berbagai macam makanan dan minuman yang hits dikalangan remaja saat ini. Cafe Camkoha berdiri pada tanggal 20 Februari 2021 didirikan oleh seorang wanita bernama Diana Putri, S.Pd biasa disapa dengan panggilan Dian atau Diana yang pada saat itu berusia 24 tahun. Cafe Camkoha bukan satu-satunya Cafe yang berada di Kota Pariaman tetapi banyak juga Cafe yang berdiri disana sebagai kompetitornya camkoha, namun Cafe Camkoha memiliki kualitas makanan dan minuman dengan harga bersaing, dan Cafe Camkoha memiliki letak lokasi yang cukup strategis di kota pariaman yakni di Jalan. Patimura Nomor. 5 Kampung Jawa 1, Pariaman Tengah, yang banyak dilalui orang dan tempatnya nyaman untuk dijadikan tempat makan dan minum sembari nongkrong bagi semua kalangan baik anak-anak

remaja sampai orang dewasa. Serta Pelayanan yang diberikan cukup baik kepada konsumen. Cafe Camkoha selalu ramai dikunjungi konsumen terkhusus pada malam minggu karena pada malam tersebut terdapat penampilan band akustik untuk menemani malam pengunjung cafe Camkoha.

Dari survey dan wawancara yang dilakukan pada hari Kamis tanggal 11 November 2021 kepada pemilik Cafe Camkoha didapatkan data sebagai berikut :

Berikut Daftar Pesaing Disekitar Cafe Camkoha Kota Pariaman :

Tabel 1.1
Daftar Pesaing Cafe Camkoha Kota Pariaman

No	Nama Pesaing	Alamat
1	Kopi Lain Hati KS Tubun Pariaman	Jln. KS Tubun No.5 Kel, Kampung Jawa, Pariaman Tengah, Kota Pariaman
2	Kopi Dent	Jln. Bagindo Aziz Chan No.39, Kampung Perak, Central Pariaman, Kota Pariaman
3	Delicious Cafe & Hangout Pariaman	Jln. Imam Bonjol No.34, Alai Gelombang, Pariaman Tengah, Kota Pariaman
4	Espresso Beach Cafe	Jln. Nasri Nasar, Pasar, Pasir,

		Pariaman Tengah, Kota Pariaman
5	Kopi Dari Hati	Jln. Jendral Sudirman No.40, Pd.II, Pariaman Tengah, Kota Pariaman
6	Cafe Tampek Biaso	Jln. RA Kartini, Kp. Jawa I, Pariaman Tengah, Kota Pariaman

Sumber : Google Map

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa adanya persaingan Cafe yang berada disekitaran Cafe Camkoha. Dalam menjaga konsumen pemilik Cafe Camkoha sebaiknya harus mengetahui kebutuhan serta keinginan dari konsumennya agar para konsumen mendapatkan kepuasan dari produknya. Memuaskan konsumen merupakan cara meningkatkan keunggulan dalam bersaing, sehingga Cafe Camkoha dapat bertahan dalam pangsa pasar yang baik.

Berikut data daftar harga menu makanan dan minuman Cafe Camkoha Kota Pariaman :

Tabel 1.2
Daftar Menu Harga Makanan Cafe Camkoha

Camkoha Caffe			M E N U Makanan		
Pernasian		Permiean (Level, 2=+1k, 3=+2k)		Persnackan	
Ayam Geprek	15k	Mie Rebus Telor	12k	Eskrim Goreng	13k
Ayam Geprek Sambal Matah	17k	Mie Rebus Sosis	12k	Pancake Coklat Eskrim	18k
Ayam Saos Pedas	15k	Mie Camkoha	9k	Pancake Greentea Eskrim	18k
Nasgor Ayam	20k	Mie Camkoha Telur	12k	Pancake Tiramisu Eskrim	18k
Nasgor Komplit	20k	Mie Camkoha Sosis	12k	Kentang	10k
Nasgor Telur	13k	Mie Camkoha Nuget	12k	Sosis	10k
Nasgor Sosis	13k	Mie Camkoha Komplit	18k	Nugget	10k
Nasgor Bakso	13k	Mie Camkoha Mozarella	18k	Mix	15k
Nasgor Nuget	13k	Mie Camkoha Moza Telur	20k		
Mienas	15k	Mie Camkoha Moza Nuget	20k		
Mienas (telur/nuget/bakso/sosis)	18k	Mie Camkoha Moza Sosis	20k		
		Mie Camkoha Moza Komplit	25k		
		Spaghetti Camkoha	15k		
		Spaghetti Camkoha Keju	17k		
		Spaghetti Camkoha Mozarella	20k		
Percornan		Perotian		Perseblakan	
Corn Sotang (Sosis Kentang)	15k	Sandwich Telur Keju	14k	Seblak Ceker	15k
Corn Motang (Mozarella Kentang)	15k	Sandwich Beef Keju	15k	Seblak Suki	15k
Corn Moza Ori	13k	Roti Bakar Coklat	10k	Seblak Sosis + Bakso	15k
Corn Sosis	13k	Roti Bakar Greentea	10k	Level 2 = +1 k Level 3 = +2 k	
Corn Moza + Sosis	15k	Roti Bakar Tiramisu	10k	Perpisangan	
Corn Moza Coklat	15k	Roti Bakar Coklat keju	13k	Pisang Krispi	10k
Corn Moza Greentea	15k	Roti Bakar Greentea keju	13k	Pisang Sate	10k
Corn Moza Tiramisu	15k	Roti Bakar Tiramisu keju	13k	Pisang Roll	10k
		Roti Bakar Coklat keju Eskrim	17k		
		Roti Bakar Greentea keju Eskrim	17k		
		Roti Bakar Tiramisu keju Eskrim	17k		

Sumber : Daftar Harga Makanan Cafe Camkoha 2021

Tabel 1.4
Data Pendapatan Penjualan/ Bulan 2021

NO	Bulan	Pendapatan
1	Januari	-
2	Februari	-
3	Maret	Rp. 50.000.000
4	April	Rp. 64.000.000
5	Mei	Rp. 125.000.000
6	Juni	Rp. 75.000.000
7	Juli	Rp. 55.000.000
8	Agustus	Rp. 60.000.000
9	September	Rp.62.000.000
10	Oktober	Rp. 70.000.000
11	November	Rp. 65.000.000
12	Desember	Rp. 78.000.000

Sumber : Data Penjualan Cafe Camkoha 2021

Dari tabel 1.4 diatas, terlihat fluktuasi jumlah pendapatan Cafe Camkoha setiap bulannya, jumlah pendapatan penjualan tertinggi pada cafe Camkoha terdapat pada bulan Mei 2021 dan jumlah pendapatan penjualan terendah terdapat pada bulan maret. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengungkapkan apakah harapan konsumen cafe Camkoha terhadap kepuasan konsumen, dan penulis mengangkat permasalahan ini menjadi sebuah tulisan dengan judul **Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Camkoha Kota Pariaman.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang ada pada cafe Camkoha kota Pariaman yaitu sebagai berikut:

1. Terjadinya fluktuasi jumlah pendapatan Cafe Camkoha Kota Pariaman pada setiap bulannya,
2. Disinyalir dari tingkat penetapan harga jual yang tinggi
3. Adanya tingkat persaingan harga yang terjadi antara kompetitor usaha sejenis yang berada di sekitar lokasi Cafe Camkoha
4. Lokasi usaha Cafe Camkoha banyak berdekatan dengan Cafe lainnya yang ada di Kota Pariaman sebagai pesaing
5. Kualitas produk makanan dan minuman Cafe Camkoha rata-rata hampir sama dengan produk di Cafe lainnya disekitar Kota Pariaman.

6. Kualitas produk menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian
7. Kualitas pelayanan yang masih belum maksimal kepada pengunjung yang datang ke Cafe Camkoha.

1.3 Batasan Masalah

Banyaknya variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dalam penelitian ini penulis akan membatasi masalah dengan empat variabel bebas yaitu Harga (X1), Lokasi (X2), Kualitas Produk (X3), Kualitas Layanan (X4), sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen sebagai variabel (Y).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman
2. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman

5. Apakah harga, lokasi, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman

1.5 Tujuan Penelitian dan Mamfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman
5. Untuk mengetahui harga, lokasi, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Camkoha Kota Pariaman

1.5.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Cafe Camkoha Kota Pariaman

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah informasi bagi pemilik cafe untuk mengetahui atribut apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dan juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan usaha cafe ini kedepannya baik itu didalam melakukan pengambilan keputusan dan sebagainya.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini semoga dapat menjadi sumber informasi bagi ilmu pengetahuan dimasa akan datang dan juga dapat menjadi suatu referensi bagi yang membutuhkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi serta pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan, dan juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang melakukan penelitian dalam bidang yang sama

4. Bagi Penulis

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