

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini gaya hidup membuat orang untuk menikmati aktivitas dengan cara santai semisal dengan nongkrong. Nongkrong merupakan cara nyaman yang dilakukan ketika lelah dalam rutinitas aktivitas sehari-hari bagi orang Indonesia, kopi dan cemilan merupakan teman yang cocok bagi penyuka tongkrongan. Beberapa waktu ini di Indonesia banyak bermunculan tempat nongkrong baik warung kopi maupun kedai kopi atau yang biasa disebut *coffee shop*.

Kepekaan terhadap setiap perubahan harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya (Philip Kotler, 2005). Pelaku bisnis harus bergerak cepat dalam menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan dapat membangun rasa antusias bagi para pelanggan. Penciptaan suasana yang nyaman, desain interior yang menarik sekaligus adanya fasilitas Wi-Fi menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan.

Dan sekarang ini persaingan usaha kedai kopi pun juga semakin ketat dikarenakan begitu banyak kedai-kedai kopi yang tentunya memiliki keunggulan tersendiri dalam produknya. Selain memiliki keunggulan dalam hal rasa, desain kedai maupun keunikan dalam penyajian, kedai kopi juga memiliki pangsa pasar tersendiri. Dengan begitu banyaknya

usaha dalam mendirikan kedai kopi menjadikan pelanggan mempunyai kriteria tersendiri dalam melakukan pembelian.

Pemenuhan kebutuhan masyarakat yang selain menjadikan minum kopi sebagai gaya hidup (*lifestyle*) dan persaingan kedai kopi yang saat ini cukup ketat, memacu pelaku bisnis untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan yang baiklah yang akan membuat pelanggan mendapatkan kepuasan dan akan besar kemungkinan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan untuk kembali membeli produknya. Pelanggan yang puas akan cenderung memberikan referensi yang baik bagi orang lain.

Pemilik warung kopi atau *coffee shop* diuntut untuk selalu melakukan inovasi dan memberikan pelayanan yang bagus kepada pelanggan agar terbentuk kepercayaan dan loyalitas karena kepuasan adalah segala-galanya. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:77) menyatakan bahwa pelayanan adalah cerminan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Dan untuk saat ini di Kedai Kopi Kulo Solo Baru belum terjadi adanya komplain dari konsumen khususnya terhadap

pelayanan, namun ada upaya pelayanan dengan meningkatkan keramahan dalam melayani konsumen.

Suasana nyaman dan desain menarik dari cafe maupun warung kopi cenderung menjadi pilihan tempat bagi penyuka tongkrongan. Selain faktor itu, harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk membeli sebuah produk. Menurut Kotler dan Keller (2009:68) Harga adalah harga yang ditetapkan melalui negosiasi atau tawar menawar antara pembeli dan penjual di beberapa bidang. Definisi lain mengenai harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha, 2009). Konsep lain menunjukkan apabila harga sebuah barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, di ukur dalam nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan. Dimana pelanggan yang mendapatkan pelayanan yang baik dengan harga yang relatif terjangkau akan menjadikan pelanggan senantiasa kembali lagi membeli produk tersebut. Untuk harga yang ditawarkan di Kedai Kopi Kulo Solo Baru terbilang cukup murah dibandingkan dengan beberapa kompetitor sekelas dan juga konsumen tidak mempermasalahkan harga menunya.

Selain kualitas pelayanan dan harga, faktor lain yang menentukan keputusan pembelian adalah ketepatan dalam pemilihan lokasi, karena lokasi sangat berpengaruh dalam keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Lokasi adalah saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai

untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lupiyoadi mengemukakan, bahwa lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya akan tersingkir dari persaingan bisnis oleh pengusaha lain yang lebih mampu dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Seorang pelaku bisnis juga harus memperhatikan beberapa faktor dalam memilih lokasi dalam mendirikan usaha, di antaranya yaitu akses yang mudah dijangkau, visibilitas kemudahan untuk dilihat dan lalu lintas yang banyak dilewati lalu lalang sehingga menjadikan peluang yang baik kedepannya. Salah satunya di kota Solo yang dilakukan oleh Kedai Kopi Kulo Solo Baru yang berlokasi di Jl. Ir. Soekarno, Ruko Pusat Bisnis II Blok JC. 01, Grogol, Sukoharjo Regency buka mulai pukul 10.00 WIB sampai 22.00 WIB. Kedai Kopi Kulo menyediakan menu-menu yang masih segar seperti minuman, makanan dan camilan. Selain itu karyawan disana juga ramah - ramah, sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen untuk membangun loyalitas dengan lokasi yang cukup mudah dijangkau dan letak di pinggir jalan persis.

Dan kepuasan konsumen dapat berpengaruh dalam pembelian produk, Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane

Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177). Untuk kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kulo Solo Baru berdasarkan lebih dari 200 review yang ada di google business, rating mencapai 4,6/5 yang artinya cukup memuaskan untuk konsumen. Dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Kulo Solo Baru.

## **B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah**

### **1. Rumusan Masalah**

Mengacu pada judul penelitian dan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah. Rumusan masalah tersebut dapat diutarakan dalam beberapa pertanyaan, yaitu:

- a. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kulo Solo Baru ?
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kulo Solo Baru ?
- c. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kulo Solo Baru ?

## 2. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud dalam penelitian ini, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

- a. Penelitian ini difokuskan pada konsumen Kedai Kopi Kulo di Solo Baru.
- b. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2019 sampai dengan Desember 2019 di Kedai Kopi Kulo Solo Baru.

## C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi mengenai pengaruh pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kulo Solo Baru. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Mengetahui secara empiris pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kulo Solo Baru .
- b. Mengetahui secara empiris pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kulo Solo Baru .
- c. Mengetahui secara empiris pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kulo Solo Baru .

### 2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat penelitian untuk Kedai Kopi Kulo

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan untuk Kedai Kopi Kulo dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari konsumen dalam keputusan pembelian.
- 2) Sebagai bentuk kesadaran terhadap Kedai Kopi Kulo agar dapat selalu mempertahankan Brand Image minuman dan makanannya.

b. Manfaat penelitian untuk STIE AUB

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya tentang kualitas pelayanan, harga dan lokasi dalam keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.
- 2) Sebagai referensi untuk penelitian berikutnya, sehingga dapat menambah pengetahuan yang lebih kepada kalangan berikutnya pada studi serupa.

c. Manfaat penelitian untuk peneliti berikutnya

- 1) Untuk memberikan rekomendasi pada customer lain mengenai tempat nongkrong yang kekinian dengan harga ekonomis dan lokasi instagramable.
- 2) Untuk mempermudah customer lain mendapatkan informasi mengenai tempat nongkrong dengan fasilitas memadai dan kekinian.

## **D. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan untuk melakukan penelitian manajemen sumber daya manusia, kepemimpinan, motivasi, kompensasi, kinerja karyawan, penelitian-penelitian sebelumnya dan kerangka konseptual penelitian, dan hipotesis.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang hal-hal yang meliputi: jenis penelitian, subyek dan obyek penelitian, waktu dan lokasi penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, pengukuran variabel, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengujian instrument, dan teknik analisis data.

### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pengolahan data, analisis data, dan pembahasan.

### **BAB V: KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN**

Bab ini merupakan penutup yang mencakup kesimpulan mengenai hasil survey, saran-saran sebagai bahan pertimbangan



untuk kemajuan yang diharapkan, serta keterbatasan yang ada dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN