

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

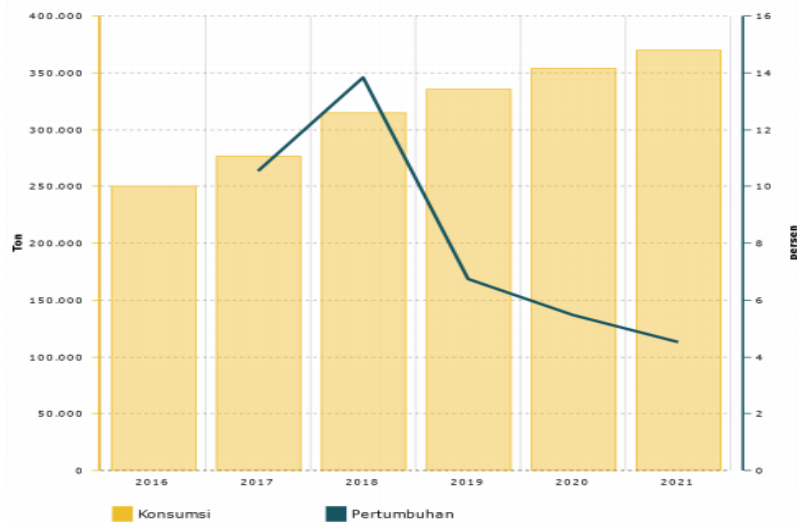
Usaha dagang kuliner pada negara Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. *Coffee shop* ialah sebuah usaha dagang masak-memasak pada masa ini yang berkembang dengan amat pesat. Kopi merupakan sebuah minuman paling populer di dunia, tidak terkecuali masyarakat Indonesia. Informasi tersebut disebabkan karena kopi merupakan minuman beraroma yang rasanya tidak dapat diragukan lagi. Rasa khas dari minuman kopi ini dari menurut biji kopi yang dipilih serta telah digiling membentuk bubuk. Kopi seduh yang memberikan aroma unik yang secara alami beda terhadap minuman lainnya. Mengonsumsi kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia, informasi tersebut tercermin dari bertambahnya penggunaan kopi di Indonesia. Informasi penggunaan kopi pada negara Indonesia berdasarkan Pusat Sistem dan Informasi Kementerian Pertanian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1
Penggunaan Kopi Indonesia Periode 2016 - 2021

No	Tahun	Konsumsi (Ton)	Prosentase Peningkatan
1	2016	249.824	-
2	2017	276.167	10,54%
3	2018	314.365	13,83%
4	2019	335.540	6,74%
5	2020	353.885	5,47%
6	2021	369.886	4,52%

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish>

Berdasarkan tabel tersebut dapat digambarkan grafik konsumsi kopi di Indonesia seperti pada di bawah ini:



Gambar 1.1
Penggunaan Kopi Indonesia Periode 2016 – 2021
 Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish>

Berdasarkan Pusat Sistem dan Informasi Kementerian Pertanian, tingkat penggunaan kopi di Indonesia selama rentang waktu 2016 - 2021 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Prosentase peningkatan konsumsi kopi di Indonesia tertinggi dialami pada tahun 2018 sebesar 13,83%. Sedangkan prosentase peningkatan konsumsi kopi pada tahun 2021 sebesar 4,52%. Meningkatnya penggunaan kopi memberikan dampak semakin banyaknya kedai-kedai kopi yang bermunculan pada banyak kota besar di Indonesia. Tumbuhnya kedai kopi juga diterima baik di masyarakat sebab sebagian banyak kedai kopi cocok guna menyanggupi keinginan masyarakat pada masa ini. Beberapa banyak kedai kopi ini biasanya dipakai guna mengerjakan pekerjaan kuliah, berdiskusi dengan sanak saudara ataupun sekedar melakukan obrolan terhadap teman sembari menyantap atau mengkonsumsi minuman kopi yang dilayankan oleh kedai tersebut.

Keberadaan kedai kopi di Malang sudah menjadi sebuah informasi yang lumrah dan sudah tidak asing lagi bagi banyak golongan, khususnya di kawasan atau kelompok mahasiswa. Ada beragam konsep kafe di kota Malang, dari yang lumrah hingga konsep yang spesial. Warung Kopi Zona Coffee adalah sebuah *coffee shop* di kota Malang yang berlokasi di Jalan Dermo No. 177 Mulyoagung Dau Malang. Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan *coffee shop* di kota Malang, maka Kedai Kopi Zona Coffee harus memastikan kepuasan konsumennya agar konsumen kembali berkunjung ke Kedai Kopi Zona Coffee.

Kepuasan konsumen menurut Indrasari (2019:87) merupakan sejauh mana seseorang dapat merasakan setelah membandingkan performa produk atau output yang dirasakan melalui harapan. Pada dasarnya, kepuasan pelanggan serta ketidakpuasan pelanggan akan mempengaruhi acuan perilaku berikutnya. Informasi tersebut dapat dilihat dari perilaku pelanggan sesudah membeli produk atau menikmati layanan. Jika pelanggan puas, ini menandakan probabilitas yang besar guna melakukan pembelian barang serupa atau memesan kembali layanan yang sama. Customer yang senang juga cenderung akan memberikan saran layanan atau barang yang baik terhadap customer maupun masyarakat lain.

Ditemukan sejumlah komponen pendukung yang bisa mempunyai dampak pada rasa senang customer terhadap konsumsi produk, tetapi pada penelitian ini peneliti hanya fokus pada layanan yang memiliki kualitas serta tarif. Pengkajian mengenai dampak kualitas layanan yang memiliki kualitas serta tarif juga dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Kurniawan, *et al.* (2021), Alvianna, *et al.* (2021), serta oleh Wicaksono dan Kusuma (2021) yang mendapatkan hasil

penelitian menunjukkan jika rasa senang customer bisa mempunyai dampak dengan relevan oleh layanan yang memiliki kualitas dan harga.

Layanan yang memiliki kualitas sangat berhubungan dengan rasa senang customer. Kepuasan konsumen dapat terlaksana berasal dari layanan yang memiliki kualitas baik. Menurut Wibowo dan Priansa (2017:159) layanan yang memiliki kualitas ialah jenjang kesempurnaan yang diinginkan serta pengelolaan jenjang kesempurnaan itu guna memuaskan hasrat customer. Kualitas layanan bisa ditentukan menggunakan siasat memadankan tanggapan customer pada pelayanan yang mereka terima terhadap apa yang sebenarnya customer mau. Apabila layanan yang dirasakan memenuhi hasrat customer, jadi jasa yang memiliki kualitas tersebut dapat menyandang kesan bagus serta memadai. Kualitas jasa tergantung pada kemampuan perusahaan untuk secara konsisten memenuhi harapan pelanggannya.

Selain dari layanan yang memiliki kualitas, tarif bisa sebagai komponen yang mempunyai dampak pada rasa senang customer. Menurut Wibowo dan Priansa (2017:144) Tarif ialah membayarkan kuantitas dana guna sesuatu yang dinikmati oleh pelanggan. Dengan tingkat harga tertentu, produk yang dibeli pelanggan akan dirasakan bermanfaat untuk pelanggan yang membeli produk tersebut. Pelanggan dapat rasa senang dan terpenuhi jika khasiat produk yang diterima sepadan maupun justru lebih dari harga yang mereka keluarkan.

Bersumber pada paparan di atas, jadi judul pengkajian yang diuji ialah **Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Terhadap Kedai Kopi Zona Coffee Malang)**

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan itu, rumusan kasus berdasarkan pengkajian yang diuji adalah antara lain:

1. Apakah layanan yang memiliki kualitas berpengaruh parsial pada rasa senang customer Kedai Kopi Zona Coffee Malang?
2. Apakah tarif mempunyai dampak parsial pada rasa senang customer Kedai Kopi Zona Coffee Malang?
3. Apakah layanan yang memiliki kualitas serta tarif mempunyai dampak simultan pada rasa senang pelanggan Kedai Kopi Zona Coffee Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Bersumber pada pertanyaan rumusan kasus, arah tujuan pengkajian yang diuji adalah antara lain di bawah ini:

1. Mendapati dampak parsial layanan yang mempunyai kualitas pada rasa senang pelanggan Kedai Kopi Zona Coffee Malang.
2. Mendapati dampak parsial tarif pada rasa senang pelanggan Kedai Kopi Zona Coffee Malang.
3. Mengetahui dampak simultan layanan yang mempunyai kualitas serta tarif pada rasa senang customer Kedai Kopi Zona Coffee Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan pengkajian yang diinginkan dari output pengkajian yang diuji adalah seperti di bawah ini:

1. Aspek akademis

Memperluas pengetahuan dan mengetahui sejauh mana materi yang diajarkan dalam kuliah manajemen pemasaran, khususnya kualitas layanan, harga, citra dan kepuasan pelanggan, sehingga dapat diterapkan dalam praktik untuk menyelesaikan masalah yang muncul di setiap perusahaan dari sudut pandang pemasaran.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Pengkajian yang diuji bisa dipakai menjadi materi pemberitahuan serta sebagai bantuan pengayaan untuk memperkaya keahlian, spesifiknya dalam *marketing management* tentang kualitas pelayanan, harga, serta kepuasan pelanggan.

3. Aspek praktis

Membantu dan mendukung untuk menyediakan informasi sebagai dokumen bagi pemilik Kedai Kopi Zona Coffee Malang dalam mengambil kebijakan tentang pemberian pelayanan dan penetapan harga agar konsumen menjadi puas dan melakukan pembelian ulang.

