

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan zaman. Hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Kondisi persaingan yang sangat tinggi, perusahaan harus mampu memahami, mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumennya. Serta terus berinovasi untuk menciptakan produk, dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan pada produk yang ditawarkan (Rizayanti, 2021). Persaingan bisnis juga dirasakan oleh bisnis kuliner.

Dilihat dari PDB industri makanan dan minuman pada tahun 2022. Bisnis kuliner di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, yakni sebesar 4,90% dengan total penjualan Rp.813,06 triliun, jika dibandingkan dengan tahun 2021 yang hanya sebesar Rp.775,10 triliun. Peningkatan tersebut terjadi dikarenakan meningkatnya perkembangan bisnis kuliner yang ada di Indonesia (<https://dataindonesia.id>, diakses pada tanggal 7 Agustus 2023). Salah satu bisnis kuliner yang ikut berkembang dalam persaingan bisnis adalah *coffee shop*.

Menurut Atmodjo (2005), *coffee shop* merupakan suatu tempat yang menyajikan olahan kopi dan kudapan kecil. Bisnis *coffee shop* sangat berkembang pesat, dikarenakan banyak masyarakat yang menjadikan *coffee shop* sebagai gaya hidup (<https://respository.uhn.ac.id>, diakses pada tanggal 7 Agustus 2023). Saat ini, keberadaan *coffee shop* lebih banyak dicari dan dikunjungi oleh konsumen. *Coffee shop* biasanya berada ditempat-tempat strategis. seperti di pusat kota, area kampus, dan di pusat pembelanjaan. Contohnya saja Beeje Coffee yang berada di pusat kota

Lhokseumawe.

Beeje Coffee berdiri sejak tahun 2016, yang menyajikan kopi Arabika terbaik asal dataran tinggi Gayo, Indonesia. Usaha ini hadir dengan misi sederhana yaitu memberikan kopi Arabika Gayo terbaik dari dataran tinggi yang ditanam di Aceh Tengah dan memperkenalkan kopi Indonesia ke seluruh dunia. Beeje Coffee juga memiliki moto saling bersosialisasi sesama pelanggan. *Coffee shop* ini merupakan salah satu *coffee shop* di Kota Lhokseumawe yang ramai dikunjungi konsumen.

Beeje Coffee ramai dikunjungi oleh pelanggan meskipun kurang memberikan fasilitas tempat duduk yang tidak terdapat sandaran, serta view yang hanya menampilkan dapur memasak dan juga view yang ke jalan. Namun, walaupun kurangnya fasilitas yang diberikan, tidak membuat pelanggan Beeje Coffee berkurang. Ramainya pengunjung dapat diartikan bahwasannya pelanggan merasa puas terhadap harga dan kualitas pelayanan yang ada di Beeje Coffee.

Menurut Tjiptono (2014), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi kinerja suatu produk dengan harapannya. Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Menurut Irawan (2003), kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok produsen atau penyedia jasa.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan pelanggan merasa puas untuk berkunjung di Beeje Coffee. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Menurut Kotler & Keller (2013) pengertian harga adalah

sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Menurut Tjiptono (2014) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut Gitosudarmo (2014), harga ialah sejumlah uang yang diperlukan guna memperoleh produk atau jasa tertentu. Harga dari menu juga menjadi faktor mengapa konsumen mau berkunjung ke Beeje Coffee. Karena harga yang ditawarkan oleh Beeje Coffee masihlah tergolong sesuai dengan kemampuan finansial para pelanggan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2014) kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sedangkan Menurut Kotler & Keller (2016) kualitas pelayanan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu. Menurut Kasmir (2017), kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Beeje Coffee tergolong sangat baik dan cepat. Sehingga setiap ada pelanggan yang datang berkunjung, pekerja yang berkerja selalu cepat melayani pelanggan yang datang. Hal ini dapat menjadi alasan bagi para pelanggan untuk datang berkunjung ke Beeje Coffee.

Sebagai data pendukung, penulis melakukan pra survei terhadap 30 pelanggan Beeje Coffee. Berikut hasil pra survei dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 2
Hasil Pra Survei

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		Ya	%	Tidak	%
1.	Apakah anda sudah pernah berkunjung sebanyak dua kali di Beeje Coffee?	30	100%	-	-
2.	Apakah harga yang ditawarkan oleh Beeje Coffee sesuai dengan kemampuan finansial anda?	28	93,3%	2	6,7%
3.	Apakah Beeje Coffee memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan anda?	25	83,3%	5	16,7%
4.	Apakah harga dan pelayanan yang diberikan Beeje Coffee sesuai harapan anda?	29	96,7%	1	3,3%

Sumber: Data Diolah (2023)

Menurut hasil pra survei yang diperoleh dari 30 responden yang diambil dari konsumen Beeje Coffee. Didapatkan hasil yaitu, pertama seluruh responden sudah pernah berkunjung sebanyak dua kali di Beeje Coffee. Kedua, banyak yang mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh Beeje Coffee sesuai dengan kemampuan finansia mereka. Ketiga, kebanyakan dari mereka mengatakan bahwa pelayanan Beeje Coffee sesuai dengan keinginan mereka. dan terakhir hampir keseluruhan dari responden mengatakan bahwa harga dan pelayanan Beeje Coffee sudah sesuai dengan harapan mereka.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema “**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Beeje Coffee Kota Lhokseumawe**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Beeje Coffee Kota Lhokseumawe?
2. Apakah kualitas pelayan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Beeje Coffee Kota Lhokseumawe?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Beeje Coffee Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai sesuai dengan formulasi rumusan masalah yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Beeje Coffee Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Beeje Coffee Kota Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Beeje Coffee Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pasar globalisasi seperti sekarang ini, sehingga hasil penelitian ini dapat berguna sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta mempelajari masalah-masalah yang berhubungan dengan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- b. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang pengaruh harga, dan kualitas pelayanan.

2. Manfaat praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta meningkatkan pengetahuan bagi pembaca.
- b. Bagi Perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas produknya dan penetapan harga guna untuk meningkatkan keputusan pembelian.