

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya di bidang pemasaran, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang memikat serta penawaran yang menarik guna memenuhi kepuasan konsumen sekaligus meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Persaingan ini juga sangat terasa dalam industri *coffee shop*.

Industri *coffee shop* di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat selama periode 2023 hingga 2025, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap konsumsi kopi. Statistik menunjukkan adanya kenaikan kumulatif sebesar 7,9% dalam konsumsi kopi nasional, sementara nilai pasar kopi diperkirakan tumbuh dengan rata-rata tingkat pertumbuhan tahunan sekitar 10%. Perkembangan ini dipicu oleh perubahan preferensi konsumen, khususnya generasi milenial dan Generasi Z, yang melihat *coffee shop* tidak hanya sebagai tempat minum kopi, tetapi juga sebagai ruang untuk berinteraksi sosial dan melakukan aktivitas produktif. Selain itu, meningkatnya kesadaran konsumen akan pengalaman unik dan penerapan prinsip keberlanjutan turut memperkuat dinamika pasar kopi. Dengan demikian, sektor *coffee shop* di Indonesia dapat dianggap sebagai bagian penting dari perekonomian dengan prospek pertumbuhan yang menjanjikan dan persaingan pasar yang semakin ketat.

Di Aceh, budaya minum kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, baik di desa maupun di kota. Kedai kopi selalu

dipenuhi oleh pengunjung dari berbagai kalangan. Hal ini mendorong semakin banyak pelaku usaha untuk bersaing dalam menghadirkan kualitas kopi terbaik serta pengalaman yang berkesan bagi konsumen.

Persaingan antar pengusaha *Coffee shop* dalam menarik perhatian konsumen semakin ketat, baik melalui peningkatan kualitas pelayanan, penawaran harga yang kompetitif, maupun penyajian produk dengan cita rasa yang unggul. Salah satu *Coffee shop* yang turut bersaing di industri ini adalah Ghathaf Coffee Premium, yang didirikan pada tahun 2021, Berlokasi di kawasan SPBU, tepatnya di Jalan Medan - Banda Aceh, Pante, Kecamatan Syamtalira Aron, Kabupaten Aceh Utara. Ghathaf Coffee Premium hadir dengan konsep yang mengutamakan kualitas kopi serta pengalaman bersantai yang berkesan bagi para konsumennya.

Ghathaf Coffee Premium memiliki area cafe dan halaman yang cukup luas, yang mendukung kenyamanan konsumen dalam menikmati layanan yang disediakan. Ghathaf Coffee Premium menjadi salah satu tempat favorit bagi berbagai kalangan, khususnya generasi muda, untuk belajar, berdiskusi, mengerjakan tugas, maupun bersantai. Hal ini didukung oleh fasilitas fisik yang memadai seperti akses Wi-Fi cepat, kamar kecil, musholla, serta tata ruang yang nyaman dan kondusif untuk berbagai aktivitas konsumen.

Selain itu, Ghathaf Coffee Premium juga menyajikan beragam pilihan menu, baik minuman maupun makanan, yang dirancang untuk memenuhi preferensi dan selera konsumen. Ragam menu yang ditawarkan mencerminkan komitmen dalam memberikan variasi produk yang tidak hanya menarik tetapi juga berkualitas.

Menu minuman yang tersedia antara lain; cappuccino latte, ice coffee boh rom rom, ice coffee avocado, coffee madu, sanger vanila, avocado coffee, soda hawai, the susu telur, dan sanger arabica jelly. Sementara untuk menu makanan, Ghathaf Coffee Premium menyediakan pilihan seperti nasi goreng seafood, mie aceh, mie sop kampung, pangsit udang, dimsum ayam, mie aceh udang, kari bebek, Nugget Goreng dan beragam menu lainnya. Seluruh menu tersebut disusun dengan mempertimbangkan keanekaragaman cita rasa serta kebutuhan konsumen, sehingga diharapkan mampu mendukung kepuasan konsumen secara menyeluruh.

Ghathaf Coffee Premium menghadirkan inovasi cita rasa yang menggabungkan kekayaan tradisi Aceh dengan sentuhan modern, menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan menarik bagi para konsumen. Seperti Kopi Sanger yang disajikan dengan teknik tradisional Aceh memberikan rasa autentik menjadi ciri khas tersendiri. Minuman seperti Avocado Coffee dan Ice Coffee Boh Rom Rom menampilkan perpaduan unik antara bahan lokal seperti alpukat dan gula aren yang memberikan sensasi creamy dan manis alami, menawarkan alternatif kopi yang segar.

Dengan kombinasi menu yang mengutamakan keaslian rasa dan inovasi bahan lokal, Ghathaf Coffee mampu memberikan Inovasi ini menjadi strategi penting dalam membangun daya saing bisnis yang berkelanjutan serta memperkuat *positioning* Ghathaf Coffee sebagai cafe yang tidak hanya menyajikan produk berkualitas, tetapi juga menghadirkan pengalaman yang bernilai bagi konsumennya. Melalui pendekatan ini, Ghathaf Coffee dapat terus relevan dengan tren pasar sekaligus menjaga identitas lokal yang menjadi ciri khas utama.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis, Ghathaf Coffee Premium perlu memahami tren dan kebutuhan konsumen secara mendalam. Pemahaman ini memungkinkan perusahaan untuk menghadirkan inovasi yang tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga menciptakan ruang interaktif bagi konsumen untuk menikmati kopi sambil berinteraksi dengan sesama pengunjung. Hal ini penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk mendukung hal tersebut, Ghathaf Coffee Premium sering menyelenggarakan berbagai kegiatan komunitas, seperti pertunjukan musik dan kelas pembuatan kopi, yang bertujuan untuk memperkuat daya tarik konsumen serta menciptakan lingkungan yang hangat dan ramah bagi para pengunjung. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menikmati kopi dalam kondisi yang menyenangkan, sekaligus merasa terhubung dengan komunitas di sekitar mereka.

Kegiatan komunitas dan pertunjukan musik yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi, serta membangun loyalitas dan kesetiaan pelanggan cafe. Dengan demikian, konsumen tidak hanya menikmati produk, tetapi juga merasa dihargai dan diperhatikan dalam setiap aspek pelayanan yang diberikan. Konsumen yang setia pada suatu produk akan menciptakan loyalitas jangka panjang, yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan sebuah bisnis.

Ghathaf Coffee Premium juga dikenal karena cita rasanya yang khas dan kualitasnya yang konsisten, menjadikannya pilihan utama bagi para pencinta kopi yang mengutamakan keaslian dan keunggulan rasa. Kepuasan konsumen yang tinggi, yang dipengaruhi oleh cita rasa yang istimewa, tidak hanya meningkatkan

Pengalaman menikmati kopi tidak hanya memberikan kepuasan sensorik bagi konsumen, tetapi juga berperan penting dalam membentuk loyalitas terhadap produk. Ketika konsumen menilai bahwa cita rasa yang ditawarkan sebanding dengan nilai yang diterima, konsumen cenderung melakukan pembelian ulang dan menjadikan Ghathaf Coffee Premium sebagai preferensi utama. Kepuasan ini berdampak langsung terhadap keberlanjutan pertumbuhan bisnis. Keberlanjutan bisnis ini dapat diamati melalui data penjualan Ghathaf Coffee Premium tahun 2024 pada Tabel 1.2:

**Tabel 1.2
Data penjualan
Ghathaf Coffee Premium Tahun 2024**

No	Bulan	Total penjualan
1	Januari	Rp.102.000.000
2	Februari	Rp.100.000.000
3	Maret	Rp.125.000.000
4	April	Rp.115.700.000
5	Mei	Rp.106.000.000
6	Juni	Rp.105.500.000
7	Juli	Rp.110.300.000
8	Agustus	Rp.117.600.000
9	September	Rp.105.000.000
10	Oktober	Rp.101.400.000
11	November	Rp.103.200.000
12	Desember	Rp.100.500.000

Data Sekunder (2024)

Data penjualan merupakan informasi yang sangat penting karena menjadi dasar untuk menilai kinerja suatu usaha secara objektif dan terukur. Data ini digunakan untuk menganalisis pola dan menganalisis tren penjualan dari waktu ke waktu serta mengidentifikasi dan memahami berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumen terhadap tingkat penjualan. Dengan adanya data, perusahaan dapat membuat keputusan berdasarkan bukti (*evidence-based decision making*), bukan hanya berdasarkan asumsi. Selain itu, data penjualan juga berperan dalam

perencanaan strategi bisnis, seperti pengelolaan stok, penentuan target penjualan, dan evaluasi efektivitas pemasaran. Oleh karena itu, keberadaan data penjualan yang akurat dan terstruktur sangat penting untuk membantu perusahaan merumuskan kebijakan yang tepat, meningkatkan efisiensi operasional, serta memastikan keberlanjutan dan daya saing usaha.

Data penjualan bulanan Ghathaf Coffee Premium selama tahun 2024 menunjukkan pola fluktuasi yang mencerminkan dinamika permintaan konsumen sepanjang tahun. Pada bulan Januari, penjualan tercatat sebesar Rp.102.000.000 dan sedikit menurun di Februari menjadi Rp.100.000.000. Peningkatan signifikan terjadi pada bulan Maret dengan penjualan tertinggi sebesar Rp.125.000.000, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh momentum Ramadan.

Setelah itu, terjadi penurunan pada April dan Mei, dengan angka masing-masing Rp.115.700.000 dan Rp.106.000.000. Penjualan cenderung stabil di bulan Juni dan September, masing-masing sebesar Rp.105.500.000 dan Rp.105.000.000. Namun, pada bulan Juli, tercatat penurunan signifikan ke angka Rp.95.300.000, yang merupakan titik terendah sepanjang tahun. Perbaikan terjadi di bulan Agustus Rp.117.600.000, menunjukkan kemungkinan keberhasilan promosi atau peningkatan kepuasan konsumen. Pada kuartal akhir, penjualan mengalami fluktuasi kecil, Oktober Rp.101.400.000 November Rp.103.200.000, dan Desember Rp.100.500.000.

Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa meskipun terdapat peningkatan penjualan pada bulan-bulan tertentu, konsistensi belum sepenuhnya tercapai. Hal ini menandakan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan, harga,

dan perbaikan cita rasa produk sebagai bagian dari strategi mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen secara berkelanjutan. Fluktuasi penjualan yang terjadi sepanjang tahun 2024 menjadi dasar penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk mengevaluasi strategi pemasaran dan pelayanan yang dapat memperbaiki konsistensi penjualan dalam periode mendatang.

Kepuasan konsumen menjadi kunci utama bagi keberhasilan perusahaan. Semakin banyak kebutuhan dan harapan konsumen yang terpenuhi, semakin besar kemungkinan mereka akan menjadi konsumen setia dan terus melakukan pembelian. Selain itu, harapan mereka akan kepuasan juga akan semakin tinggi, seiring dengan ekspektasi terhadap produk atau layanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Untuk memastikan kepuasan konsumen, perusahaan harus mampu menawarkan produk dan layanan berkualitas dengan harga yang sebanding dengan apa yang diterima konsumen. Menurut Nauly dan Saryadi, (2021) kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau kecewa yang dirasakan oleh seorang konsumen sebagai hasil dari perbandingan antara harapannya dan kinerja aktual yang diberikan oleh suatu produk atau layanan. Menurut Pramesti & Waluyo (2020) Kepuasan konsumen merupakan derajat perasaan yang dimiliki seseorang usai melakukan perbandingan kinerja produk ataupun hasil yang telah dirasakan dengan apa yang diharapkan.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas pelayanan, harga dan, cita rasa. Menurut Saputra (2022) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Menurut Cesariana et al. (2022), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memenuhi ekspektasi konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas tersebut akan dipersepsikan sebagai baik dan mampu memberikan kepuasan konsumen. Kepuasan ini akan mendorong konsumen untuk terus memilih produk atau layanan yang sama di masa depan serta merekomendasikannya kepada orang lain (Andreas *et al.*, 2022).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kasinem (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Badri (2022), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya menurut Ratna *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen dan penelitian dari Widodo (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dibandingkan dengan tingkat layanan yang diharapkan. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen sangat signifikan, karena pelayanan mencerminkan penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan

yang diterima dibandingkan dengan apa yang diberikan oleh perusahaan atau karyawan kepada konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh karyawan, semakin tinggi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan tersebut. Jika pelayanan yang diterima konsumen dapat memuaskan dan sesuai dengan kebutuhan serta harapannya, konsumen akan setia terhadap produk atau layanan tersebut dan cenderung menjadi pelanggan tetap.

Berdasarkan hasil observasi sementara yang dilakukan dengan beberapa konsumen Ghathaf Coffee Premium, terungkap bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Ghathaf Coffee masih kurang, waktu penyajian lama, dan terkadang karyawan telat memberi informasi tentang ketersediaan atau tidaknya stok makanan.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan konsumen juga di pengaruhi oleh faktor harga. Harga merupakan elemen krusial dalam penjualan karena berperan penting dalam memengaruhi persepsi dan keputusan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas apabila harga yang ditawarkan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi. Oleh karena itu, penetapan harga perlu disesuaikan dengan tingkat daya beli konsumen agar tetap terjangkau dan mampu menciptakan nilai yang sepadan bagi konsumen.

Menurut Kelvinia *et al.*, (2021) harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk memperoleh barang atau jasa yang memiliki nilai guna beserta pelayanannya. Menurut Siti (2023) harga adalah sejumlah biaya yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau layanan.

Penetapan harga yang tepat memainkan peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap nilai produk

Harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dan memiliki sifat yang fleksibel. Dengan kata lain, harga merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mariansyah & Syarif (2020) yang mengemukakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen dan menurut Nasution (2020) harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian Prasasti & Maisara (2022) menemukan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.. Menurut Muzaki *et al.*, (2022) harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil observasi sementara terhadap beberapa konsumen, sebagian besar menilai bahwa harga di Gathaf Coffee Premium masih tergolong standar dan relatif. Makanan dan minuman yang disajikan dianggap sebanding dengan harga yang ditawarkan. Namun, terdapat beberapa produk yang harganya dirasa cukup mahal, sehingga perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut agar penetapan harga lebih selaras dengan harapan dan daya beli konsumen.

Selain harga terdapat juga cita rasa yang memiliki peran penting dalam mempertahankan kepuasan konsumen. Cita rasa merupakan cara menilai makanan yang melibatkan berbagai aspek selain rasa. Cita rasa mencakup atribut-atribut seperti penampilan, aroma, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa dihasilkan dari kerja

sama kelima indera manusia, yaitu pengecap, pencium, peraba, penglihatan, dan pendengaran. Sementara itu, rasa sendiri merupakan hasil dari aktivitas pengecap (*taste buds*) yang terdapat di lidah, pipi, kerongkongan, dan langit-langit mulut, yang berperan sebagai salah satu komponen dari cita rasa secara keseluruhan.

Menurut Mutiara *et al.*, (2020) cita rasa adalah cara memilih makanan atau minuman yang berbeda dari rasa itu sendiri. Rasa berasal dari kerja pengecap rasa yang ada di lidah, pipi, kerongkongan, dan atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa. Terkadang makanan yang tersedia mungkin tidak memiliki tampilan yang menarik meskipun kandungan gizinya tinggi. Menurut Ati & Hastuti (2022) Cita rasa merupakan sebuah atribut dari suatu makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan juga suhu. Cita rasa sebuah makanan sangat berperan penting dalam sebuah produk makanan. Rasa yang khas pada produk makanan akan menjadi ciri tersendiri bagi pelanggan atau konsumen.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Noni Adetiansi Putri, Hayanuddin Safri (2024) Cita rasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Surya (2021) cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya penelitian yang di lakukan oleh (Sandra *et al.*, 2022) Cita rasa berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil observasi sementara dengan beberapa konsumen, sebagian besar mengungkapkan bahwa cita rasa makanan dan minuman di Ghathaf Coffee Premium terasa enak dan memuaskan. Banyak konsumen menyukai kualitas rasa kopi yang segar dan makanan yang lezat. Menariknya cita rasa yang disajikan tetap

konsisten di setiap kunjungan, tidak mengalami perubahan, dan selalu terjaga. Hal ini memberikan kepuasan berkelanjutan bagi konsumen, sehingga menjadi salah satu nilai tambah yang membuat konsumen kembali menikmati hidangan yang disajikan di Ghathaf Coffee Premium.

Dari hasil observasi sementara yang dilakukan terhadap beberapa konsumen Ghathaf Coffee Premium mengungkapkan bahwa. Harga yang ditawarkan umumnya tergolong standar dan sebanding dengan apa yang didapatkan. Namun ada beberapa produk memiliki harga yang dirasa cukup mahal dan perlu dipertimbangkan agar lebih sesuai dengan ekspektasi konsumen. Di sisi lain, cita rasa makanan dan minuman yang disajikan mendapat sambutan positif, dengan banyak konsumen yang mengapresiasi rasa kopi yang nikmat dan makanan yang lezat, dengan cita rasa makanan dan minuman yang konsisten setiap kali berkunjung. Namun, kualitas pelayanan masih perlu diperbaiki, karena beberapa karyawan kurang ramah, waktu penyajian yang lama, dan terkadang telat memberi informasi tentang tersedia atau tidaknya stok makanan. Meskipun demikian, cita rasa yang memuaskan tetap menjadi daya tarik utama yang membuat konsumen kembali berkunjung ke Ghathaf Coffee Premium.

Berdasarkan latar belakang yang uda di uraikan diatas, Dengan demikian, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ghathaf Coffee Premium, Pante Kec. Syamtalira Aron Kab. Aceh Utara”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah yang muncul adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Ghathaf coffee premium?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Ghathaf coffee premium?
3. Apakah cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Ghathaf coffee premium?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Ghathaf coffee premium
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Ghathaf coffee premium
3. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Ghathaf coffee premium

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a) Penelitian ini bisa dijadikan sumber pengetahuan, rujukan dan acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami dan menambah wawasan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

- b) Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi dokumentasi ilmiah yang berguna bagi kegiatan akademik, bagi peneliti sendiri, dan untuk pihak fakultas.
 - c) Bagi penelitian selanjutnya diharapkan semoga dengan adanya penelitian ini bisa menjadi panduan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian-penelitian yang akan datang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ghathaf Coffee Premium.
2. Manfaat praktis
- a) Bagi perusahaan penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan serta pengetahuan dalam memperluas wawasan khususnya tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ghathaf Coffee Premium.
 - b) Bagi konsumen penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi konsumen dalam mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ghathaf Coffee Premium.