BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang kini lebih sering menghabiskan waktu di café untuk bersantai, bekerja, atau berinteraksi sosial. Perkembangan pola perilaku konsumen tersebut memicu bertambahnya jumlah café dan *coffee shop* di berbagai wilayah, sehingga tingkat persaingan bisnis turut meningkat. Dalam situasi yang kompetitif ini, pemilik café perlu memahami kebutuhan pelanggan serta memberikan pengalaman yang unggul agar mampu menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen (Lulu Hanatri & Yogi Yunanto, 2024).

Walaupun prospek industri café sangat menjanjikan, pemilik usaha tetap menghadapi tantangan berupa meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap mutu pelayanan dan pengalaman berkunjung. Konsumen kini menilai café tidak hanya dari menu, tetapi juga dari kenyamanan lokasi, kesesuaian harga, dan konsistensi produk. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan persepsi harga memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian Sutrisno & D Tanjung (2022) turut menegaskan bahwa pesatnya pertumbuhan café sebagai dampak perubahan gaya hidup dan kemajuan teknologi telah meningkatkan persaingan, sehingga pelayanan, harga, dan lokasi menjadi elemen krusial dalam mempertahankan pelanggan.

Café Anyaman *Beach* merupakan sebuah café bernuansa pantai yang berlokasi di kawasan Pantai Bangka Jaya, Aceh Utara, dan menjadi salah satu

destinasi kuliner sekaligus wisata yang cukup populer di daerah tersebut. Café ini memberikan konsep *Beach* café dengan suasana santai, dekorasi estetik, dan area terbuka yang memungkinkan pengunjung menikmati pemandangan laut secara langsung. Konsep inilah yang menjadikan Anyaman *Beach* tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga sebagai tempat rekreasi untuk bersantai, menikmati angin pantai, serta menjadi lokasi favorit bagi anak muda dan wisatawan lokal untuk berfoto dan berkumpul. Suasana yang nyaman dan dekat dengan alam menjadikan café ini memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan café lain di kawasan perkotaan.

Lokasinya yang strategis di kawasan wisata Pantai Bangka Jaya membuat Café Anyaman *Beach* ramai dikunjungi, terutama saat sore hari untuk menikmati pemandangan matahari terbenam. Dengan konsep pantai yang estetik serta perpaduan kuliner dan rekreasi, café ini menjadi salah satu destinasi yang diminati di Aceh Utara. Walaupun memiliki lokasi yang cukup menarik karena berada di kawasan pantai dan menawarkan suasana yang nyaman, pada kenyataannya masih terdapat beberapa kendala yang dirasakan pelanggan terkait lokasi Café Anyaman *Beach*. Beberapa pengunjung menilai bahwa akses menuju café masih kurang nyaman, terutama karena kondisi jalan menuju lokasi pada waktu tertentu sering mengalami kepadatan kendaraan, khususnya saat sore hari dan akhir pekan.

Selain itu, ketersediaan transportasi umum menuju lokasi juga masih terbatas sehingga sebagian pelanggan merasa kurang mudah untuk berkunjung, terutama bagi pengunjung yang tidak menggunakan kendaraan pribadi. Di sisi lain, area parkir yang tersedia terkadang kurang memadai ketika jumlah pengunjung meningkat sehingga menyebabkan pelanggan kesulitan mendapatkan

tempat parkir yang nyaman dan aman. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun lokasi café memiliki daya tarik tersendiri namun ada beberapa komponen lokasi masih memerlukan perhatian lebih sehingga kenyamanan dan kepuasan pelanggan saat berkunjung dapat semakin meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk menjadikan Café Anyaman *Beach* sebagai objek penelitian guna menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Namun demikian, Café Anyaman *Beach* mengalami penurunan penjualan, Kondisi tersebut dapat diketahui melalui tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan Januari – Desember 2025

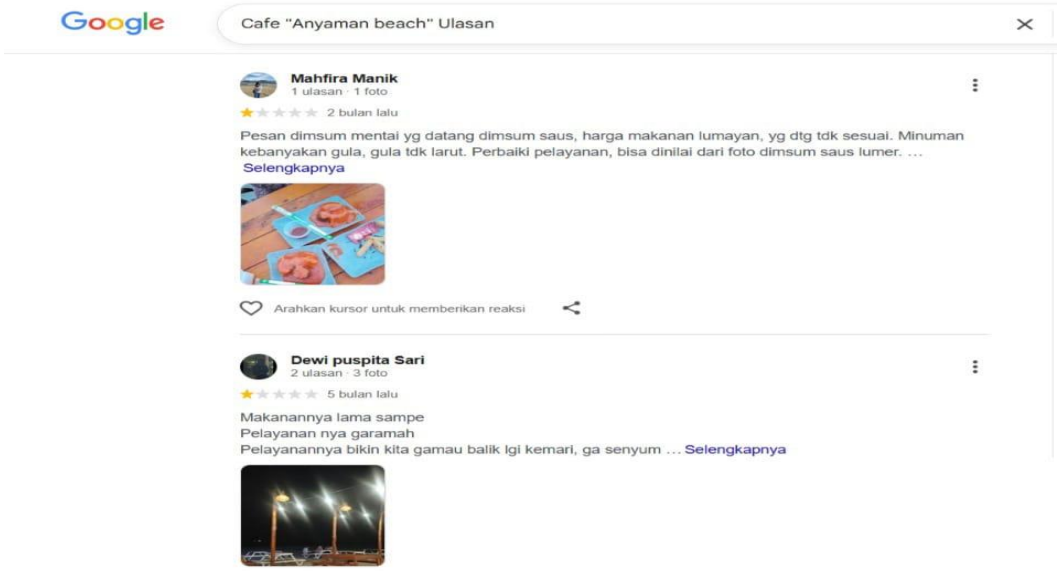
No	Bulan	Total Penjualan (Rp)
1	Januari	80.400.000
2	Februari	75.600.000
3	Maret	87.000.000
4	April	91.800.000
5	Mei	96.000.000
6	Juni	93.300.000
7	Juli	99.900.000
8	Agustus	108.000.000
9	September	90.000.000
10	Oktober	95.500.000
11	November	102.300.000
12	Desember	94.700.000

Sumber: Data Penjualan Café Anyaman *Beach* (2025)

Dari data Penjualan di atas, dapat diketahui bahwa penjualan mengalami kenaikan dan penurunan dari bulan ke bulan. Penurunan terjadi di awal tahun, yaitu dari Rp80.400.000 pada Januari menjadi Rp75.600.000 pada Februari. Penjualan kemudian meningkat hingga mencapai puncak pada Agustus sebesar Rp108.000.000, sebelum kembali menurun pada September menjadi Rp90.000.000. Setelah itu, penjualan sempat meningkat pada November sebesar Rp102.300.000, namun kembali menurun pada Desember menjadi Rp94.700.000.

Ketidakstabilan penjualan ini menunjukkan adanya variasi tingkat kunjungan dan minat pelanggan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor operasional dan pelayanan.

Berdasarkan observasi awal pada tanggal 10 januari 2026, Masih terdapat sejumlah pelanggan yang menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Café Anyaman *Beach* belum optimal. Ketidakpuasan tersebut berkaitan dengan harga menu yang dinilai relatif tinggi dibandingkan manfaat yang diperoleh pelanggan, serta waktu penyajian pesanan yang cenderung lebih lama ketika café berada dalam kondisi ramai. Selain itu, lokasi café yang cukup jauh dari pusat kota dan akses menuju lokasi yang masih terbatas juga dianggap memengaruhi kenyamanan pelanggan saat berkunjung.



Gambar 1.1 Ulasan Pelanggan
Sumber: *Google Customer Review*

Selain hasil observasi, ulasan pelanggan pada Google Review Café Anyaman *Beach* juga menunjukkan adanya beberapa keluhan terkait kualitas payanan maupun kualitas produk. Pelanggan beranggapan bahwa pesanan yang diterima terkadang tidak memenuhi harapan, harga yang ditawarkan kurang

sebanding dengan kualitas produk, waktu penyajian relatif lama, serta sikap staf yang dinilai kurang ramah. Kondisi tersebut dapat memengaruhi tingkat kenyamanan dan minat pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali.

Sejalan dengan kondisi tersebut Mikraj (2024) menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan merupakan kondisi emosional berupa rasa senang atau kecewa yang timbul setelah mereka menilai dan membandingkan antara persepsi terhadap kinerja layanan dengan harapan yang dimiliki. Pelanggan akan memperoleh kepuasan jika layanan yang diterima dapat memenuhi hingga melebihi harapan mereka. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diterima berada di bawah harapan, maka pelanggan akan mengalami ketidakpuasan. Hal ini didukung oleh penelitian Anlisyah & Alam (2025) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan yang diterima.

Berdasarkan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan kepuasan pelanggan belum tercapai secara optimal. Salah satu faktor yang berperan penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Pelayanan merupakan upaya memberikan bantuan atau kemudahan kepada orang lain agar kebutuhan mereka terpenuhi secara efektif dan memuaskan. Menurut Ifan Fauzy (2023), pelayanan yang baik mampu menciptakan rasa nyaman bagi pelanggan serta meningkatkan peluang keberhasilan bisnis café, karena pelayanan yang optimal menjadi unsur penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Bentuk pelayanan yang ditunjukkan melalui keramahan, ketepatan dalam melayani, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam konteks café yang mengandalkan suasana pantai dan kenyamana, Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang dikelola dengan baik membantu pelanggan menikmati suasana pantai serta produk yang ditawarkan secara optimal. Hasil penelitian terdahulu Mariansyah (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Ketepatan pelayanan yang disertai kesesuaian dengan harapan pelanggan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Sedangkan pelayanan yang belum optimal dapat menurunkan kepuasan konsumen. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang perlu mendapat perhatian utama dalam pengelolaan café untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi harga. Siaputra (2024) menjelaskan bahwa persepsi harga adalah pandangan konsumen mengenai tingkat kesesuaian antara harga yang dibayar dengan manfaat yang diterima dari penggunaan produk atau jasa. Selanjutnya, Kusumawati (2025) menyatakan bahwa persepsi harga yang baik dapat meningkatkan minat pelanggan untuk berkunjung kembali, sedangkan harga yang dianggap tidak sesuai dapat menurunkan kepuasan dan minat kunjungan ulang. Perbandingan harga menu yang ditawarkan Café Pesaiang dapat dilihat pada tabel berikut 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Menu Café Pesaiang

Katagori menu	Anyaman *Beach*	BKJS82	D' Ground
Nasi Goreng	Rp 23.000	Rp 20.000	Rp 23.000
Indomi *Seafood*	Rp 30.000	Rp 25.000	Rp 30.000
Dimsum	Rp 26.000	Rp 20.000	Rp 24.000
Coffee	Rp 15.000	Rp 13.000	Rp 15.000

Sumber : Diolah Peneliti 2026

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga menu di Café Anyaman *Beach* umumnya lebih tinggi dibandingkan BKJS82 dan setara atau sedikit lebih tinggi dibandingkan D' Ground. Perbedaan harga tersebut menunjukkan adanya variasi penetapan harga di antara café yang menawarkan menu sejenis.

Dalam operasional Café Anyaman *Beach*, penilaian pelanggan terhadap harga didasarkan pada kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan kualitas produk, pelayanan, dan suasana pantai yang ditawarkan. Apabila harga dinilai wajar dan sebanding dengan pengalaman yang diperoleh, pelanggan cenderung merasa puas. Sebaliknya, apabila harga yang ditetapkan tidak sebanding dengan manfaat yang dirasakan pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun dan berdampak pada minat untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani & Rojuaniah (2025) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aufa & Brahmayanti (2026) Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat ketika harga yang dibayarkan dinilai sesuai dengan manfaat yang diterima.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu Lokasi. Lokasi adalah salah satu elemen penting dalam kesuksesan suatu bisnis karena berhubungan langsung dengan kemudahan akses bagi pelanggan. Menurut Ria (2024) lokasi dinilai melalui beberapa faktor, seperti kemudahan akses, tingkat visibilitas, arus lalu lintas, ketersediaan area parkir, dan kondisi lingkungan sekitar, yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Lokasi yang mudah dijangkau dan nyaman akan meningkatkan rasa aman serta mendorong keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Ariyanti (2022) menyatakan bahwa lokasi mencerminkan aktivitas produsen dalam menyediakan produk agar dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen di tempat yang strategis. Lokasi yang tepat tidak hanya memudahkan konsumen dalam memperoleh produk, tetapi juga mampu menarik lebih banyak pelanggan serta memengaruhi pola belanja dan keputusan pembelian konsumen. Temuan penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Sari (2021) Temuan penelitian mengungkapkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Lokasi bisnis yang baik adalah tempat usaha yang dipilih secara strategis sehingga mudah diakses, terlihat dengan jelas, dan berada di lingkungan yang aman serta nyaman. Lokasi yang strategis dekat dengan target pasar, memiliki arus lalu lintas tinggi, dan dilengkapi fasilitas pendukung seperti area parkir akan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan demikian, pemilihan lokasi yang tepat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kunjungan dan mendukung keberhasilan bisnis, terutama di sektor kuliner seperti café.

Dengan mempertimbangkan latar belakang dan permasalahan yang ada, penulis berminat untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada café Anyaman *Beach* di Aceh Utara**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Café Anyaman *Beach* di Aceh Utara?
2. Bagaimana persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Café Anyaman *Beach* di Aceh Utara?
3. Bagaimana lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Café Anyaman *Beach* di Aceh Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan café Anyaman *Beach* di Aceh Utara.
2. Untuk menganalis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan café Anyaman *Beach* di Aceh Utara.
3. Untuk menganalisis pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pelanggan café Anyaman *Beach* di Aceh Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat ditinjau dari aspek teoretisdan praktis.

1. Manfaat Teoristis

   a. Sebagai pengembangan ilmu pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan perilaku konsumen.

   b. Sebagai salah satu bagian dari membangun dan mengembangkan konsep kepuasan pelanggan café Anyaman *Beach* di Aceh Utara.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh manajemen Café Anyaman *Beach* sebagai dasar dalam menilai serta memahami sejauh mana kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Temuan penelitian dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam merumuskan strategi yang lebih efektif, efisien, dan tepat sasaran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di masa mendatang.