

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Prestasi suatu negara sering kali diukur melalui performa ekonominya, karena ekonomi memegang peran kunci dalam mendukung sejumlah bidang lainnya, termasuk aspek sosial, politik, dan kesejahteraan masyarakat. Indonesia merupakan contoh negara yang menunjukkan kemampuan untuk tetap stabil dan berkembang dalam ranah ekonomi. Menurut data yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi Indonesia terus meningkat dari tahun 2021 hingga 2023 (Haryono, 2023).

Negara Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir yaitu industri makanan. Berkat pertumbuhan ekonomi yang stabil, meningkatnya urbanisasi, dan perubahan gaya hidup masyarakat, permintaan akan makanan siap saji dan makanan cepat saji meningkat pesat. Terutama dalam peningkatan jumlah gerai *restaurant* cepat saji di seluruh Indonesia, baik lokal maupun *Internasional*. Perkembangan tren kesehatan dan keberlanjutan yang semakin banyak juga memengaruhi industri makanan, dengan semakin banyaknya restoran yang menawarkan pilihan makanan organik, vegetarian, dan ramah lingkungan. Perkembangan teknologi juga turut mempercepat pertumbuhan industri makanan, dengan munculnya platform pemesanan makanan *online* yang memudahkan konsumen untuk memesan makanan dari berbagai restoran. Industri makanan Indonesia juga mulai melirik pasar ekspor, dengan semakin banyaknya produk makanan Indonesia yang

diekspor ke berbagai negara. Seluruh dinamika ini menciptakan prospek yang cerah bagi industri makanan di Indonesia untuk terus berkembang dan bersaing di tingkat global.

Perkembangan industri makanan sangat terhubung dengan perkembangan bisnis makanan di Indonesia. Pertumbuhan pesat dalam industri makanan membuka banyak peluang bisnis bagi para pelaku industri, termasuk produsen bahan baku, produsen makanan olahan, serta pemilik restoran dan warung makan. Bisnis makanan di Indonesia mengalami perkembangan sejalan dengan meningkatnya permintaan konsumen akan berbagai jenis makanan dan minuman. Peningkatan ini tercermin dalam bertambahnya jumlah restoran, *Café*, gerai makanan cepat saji, dan usaha kuliner lainnya di seluruh Indonesia. Pertumbuhan industri makanan juga membuka peluang bisnis baru seperti layanan katering, penyediaan makanan siap saji, dan produksi produk makanan kemasan untuk pasar lokal dan ekspor. Oleh karena itu, kemajuan dalam industri makanan menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan bisnis makanan di Indonesia. Salah satu jenis bisnis dalam industri makanan yang sedang mengalami pertumbuhan pesat adalah restoran. Dengan kekayaan akan rempah-rempah dan bahan-bahan alami yang melimpah, Indonesia menawarkan beragam kuliner yang kaya akan cita rasa dan keunikan. Industri makanan yang berkembang pesat tidak hanya memberikan bahan baku berkualitas bagi restoran-restoran, tetapi juga menginspirasi inovasi dalam penyajian makanan dan minuman. Berbagai produsen makanan lokal maupun *Internasional* memasok restoran dengan produk-produk unggulan, memperkaya pengalaman kuliner bagi para pelanggan. Akan

tetapi dikarenakan perkembangan yang makin pesat, maka permintaan pelanggan pun menjadi lebih beragam, sehingga para pelanggan tidak hanya ingin makan di tempat tersebut tetapi juga ingin bersantai dan bercengkrama dengan teman dengan suasana yang lebih santai dan juga memiliki penampilan tempat yang sangat menarik. Sehingga terciptalah *Café* di Indonesia, yang memberikan kualitas penampilan tempat, makanan, serta pelayanan yang baik. Industri *café* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Faktor-faktor seperti perubahan gaya hidup, urbanisasi, dan meningkatnya kesadaran akan kopi berkualitas telah mendorong permintaan akan tempat-tempat yang menyediakan pengalaman *Café* yang unik.



Gambar 1.1
Data Konsumsi Kopi Nasional

Sumber: (<https://www.theconomics.com/infographic/38699/>)

Tren pertumbuhan bisnis kedai kopi di Indonesia sangat mencolok. Data Toffin menunjukkan lonjakan jumlah kedai kopi modern di kota-kota besar dari sekitar 1.000 gerai pada 2016 menjadi lebih dari 2.950 gerai pada Agustus 2019, menandakan peningkatan yang hampir tiga kali lipat. Pertumbuhan kedai kopi di Indonesia berjalan seiring dengan meningkatnya konsumsi kopi secara nasional. Dengan pertumbuhan konsumsi kopi domestik sebesar 13,9% per tahun, jauh di

atas rata-rata global, jumlah kedai kopi pun ikut meningkat pesat. Data pada 2016 menunjukkan bahwa konsumsi kopi nasional telah mencapai 249,8 ribu ton.

Pertumbuhan ini juga didorong oleh keinginan masyarakat untuk menghabiskan waktu di tempat-tempat yang nyaman dan menarik, yang tidak hanya menyediakan minuman kopi berkualitas tetapi juga makanan serta suasana yang menyenangkan untuk berinteraksi dan bersantai. Perkembangan industri *Café* di Indonesia terus menjadi arena yang menarik bagi pengusaha dan investor untuk berinovasi dan berkompetisi dalam menyediakan pengalaman *Café* yang memikat bagi para pelanggan.

Industri *Café* menghadapi sejumlah tantangan yang kompleks dan beragam, yang dapat mempengaruhi kinerja dan keberlangsungan bisnis. Salah satu tantangan utama adalah persaingan yang semakin ketat di pasar. Dengan pertumbuhan jumlah *Café* yang pesat, persaingan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan menjadi semakin sengit. Penelitian oleh Amaro, *et al.* (2018) menunjukkan bahwa persaingan yang ketat dapat memaksa pemilik *Café* untuk menghadirkan inovasi dalam produk, layanan, serta kesan dan pesan pelanggan untuk tetap relevan dan bersaing di pasar. Setelah menghadirkan inovasi selanjutnya akan muncul masalah terkait dengan biaya operasional yang meningkat juga menjadi tantangan serius bagi pemilik *Café*.

Kenaikan harga bahan baku, upah minimum, dan biaya sewa tempat usaha dapat memberikan tekanan tambahan pada margin keuntungan *Café*. Penelitian oleh Halvorsen, *et al.* (2019) menemukan bahwa manajemen biaya yang efektif dan efisiensi operasional menjadi kunci untuk mengatasi tantangan ini. Selain itu,

perubahan tren konsumen dan preferensi juga merupakan tantangan yang signifikan bagi industri *Café*. Pemilik *Café* harus tetap beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen terkait dengan cita rasa, gaya hidup, dan kebutuhan diet yang berkembang. Penelitian oleh Widyastuti dan Santoso (2017) menekankan pentingnya pemahaman yang mendalam tentang tren konsumen dan fleksibilitas dalam menyesuaikan menu dan layanan *Café* untuk memenuhi permintaan pasar yang berubah.

Kota Kisaran adalah salah satu kota yang paling dominan dengan *Café* atau restoran, segala jenis *Café* yang tersedia, di mulai dari Calisto *Café*, 3Rooftop *Café*, serta W.H *Café* yang saat ini diminati oleh masyarakat Kota Kisaran. Kurangnya wisata kuliner yang tersedia di Kota Kisaran membuat masyarakat penasaran dengan *Café* nuansa *elegant*, salah satunya adalah *Café* W.H yang buka di Kota Kisaran Kab. Asahan. Salah satu yang mengikuti perkembangan *Café* di Indonesia adalah *Café* W.H yang berada di kota Kisaran.

Sebagian pengusaha yang menjalankan atau membuka bisnis *Café* memiliki perbedaan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumennya, produk yang dipromosikan ataupun harga dari setiap produk yang dibandingkan dengan *Café* lain, yang mampu membuat konsumen untuk kembali lagi datang ke *Café* W.H di kota kisaran ialah penampilan *Café* yang sangat *aesthetics* dan sangat mewah, sehingga banyak konsumen yang menjadikan tempat itu sebagai spot foto untuk diupload di media sosial, *Café* W.H juga memberikan tempat yang nyaman dan bersih dapat membuat pelanggan nyaman terutama untuk menjadikan tempat berkumpul bersama teman dan keluarga, akan tetapi akses untuk masuk ke dalam

Café sebagian jalannya di jadikan sebagai lahan parkir, berbeda dengan *Café* yang lain yang membuat jalan masuk dan area parkir berbeda.

Kemampuan meningkatkan kualitas pelayanan secara terus menerus merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Dalam pelaksanaan pelayanan sektor swasta maupun publik, pelayanan yang berkualitas merupakan senjata utama untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka konsumen baru akan datang dan konsumen yang lama akan menjadi pelanggan. Tidak berlebihan jika dalam pepatah dikatakan bahwa “Konsumen Adalah Raja”. Sebagaimana halnya seorang raja, maka konsumen harus dilayani sebaik mungkin. Terutama di masa sekarang ini, di mana masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menentukan produk dan jasa, maka setiap perusahaan harus memiliki strategi yang bagus untuk menarik konsumen. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. perusahaan yang berhasil memasarkan produk atau jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan akan mendapat brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan ketika menjualkan makanan, menawarkan produk, dan pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan makanan atau minuman tersebut (Sofyan, 2014). Berdasarkan penelitian terdahulu penelitian yang dilakukan oleh Elvi et al, (2021) dan Hamidah et al., (2021) yang menyatakan bahwa service quality berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan Jessica et al., (2018) memberikan hasil bahwa service quality tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari kualitas pelayanan *Café W.H*, beberapa pelayan dan *staff* pada *Café W.H* memiliki umur yang rata rata tergolong sangat muda, dikarenakan beberapa pelayan memiliki umur yang relative muda, sehingga masih kurang memahani tentang konteks dalam melakukan pelayanan yang baik, salah satunya adalah kehandalan pelayan yang masih sangat kurang dalam memberikan pelayananya, diantaranya mereka masih cenderung tidak acuh kepada pelanggan, dan dari beberapa pendapat para konsumen pelayan masih kurang mengetahui lebih dalam dari produk makanan dan minuman yang ditawarkan, serta kurangnya ketanggapan dari pelayan di *Café W.H* terhadap konsumen diantaranya kurang cekatan dalam melayani pelanggan dan kurangnya empati dari pelayan *Café W.H* dalam memberikan perhatian dan kepedulian kepada konsumen. *Café W.H* juga tidak memberikan jaminan kepada pelanggan jika ada yang merasa tidak puas dalam pelayanan yang diberikan dengan mengganti rugi kepada pelanggan, walaupun kualitas pelayanan yang diberikan masi kurang akan tetapi *Café wh* memberikan fasilitas yang sangat memadai seperti adanya *Wifi* yang sebagaimana kita tau adanya *Wifi* dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan sehingga merasa puas , dari *Café W.H* juga menyediakan Mushollah untuk tempat beribadah bagi umat muslim, serta juga menyediakan toilet yang bersih sehingga pelanggan dapat merasa nyaman, tempat parkir yang luas juga disediakan sehingga pengunjung yang ingin datang tidak sulit untuk mencari tempat.

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga sangat berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Menurut Tjiptono (2019), kualitas produk merujuk pada kemampuan sebuah produk dalam menjalankan

fungsinya dengan baik. Ini mencakup berbagai aspek seperti daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, serta atribut-atribut lain dari produk tersebut. Setiap menjalankan proses bisnis, baik produk maupun jasa yang hendak dijual harus memiliki kualitas yang baik dan diharapkan sesuai dengan harga yang diberikan. Dengan kualitas produk yang baik, suatu perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Selain itu peningkatan kualitas produk diharapkan dapat terus ditingkatkan bagi yang ingin membuka usaha baru, karena peningkatan kualitas produk secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dan diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa yang kita jual, sehingga secara otomatis dapat meningkatkan jumlah pendapatan perbulannya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ristatul et al., (2019) dan James et all., (2020) variabel *product quality* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Mariansyah (2020) menyatakan *product quality* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dilihat dari kualitas produk *Café W.H* juga menyajikan produk berupa makanan dan minuman yang menarik dan lezat, akan tetapi dalam proses pembuatan makanan dan minuman di *Café* ini memerlukan waktu yang lebih lama terutama dalam proses pembuatan dan penyajiannya, dan ini juga yang menjadi perhatian yang membedakan dengan *Café* lain yang dimana mereka lebih memprioritaskan kecepatan waktu dalam pembuatan makanan dan minuman serta dalam penyajian dengan kualitas rasa yang baik. Namun untuk *serviceability* atau

pelayanan *Café W.H* masi kurang memuaskan, akan tetapi kenyamanan tempat yang diberikan oleh *Café W.H* sangat baik terutama untuk menjadikan tempat berkumpul bersama teman dan keluarga. Hal ini dapat di buktikan dari data berikut ini.



Gambar 1.2
Penilaian pelanggan

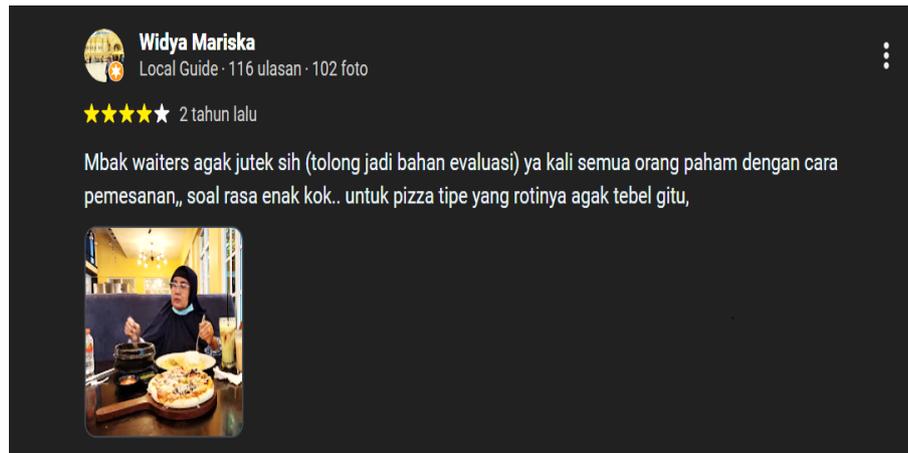
Sumber: <https://maps.app.goo.gl/cmtGHvEgSuYeDVZR8>

Untuk mendukung kualitas layanan dan produk, faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harga. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2019), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap harga. Jika pelanggan merasa bahwa produk dan layanan yang mereka terima memberikan nilai tambah yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, maka mereka akan merasa puas. Selain itu, harga juga memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dengan harga yang cocok dapat menjadi faktor penentu dalam pemilihan merek dan produk. Kotler dan Keller (2017) menjelaskan bahwa harga adalah nilai yang diterima pelanggan sebagai imbalan atas produk atau layanan yang ditawarkan oleh penjual. Harga juga dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas produk atau

layanan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sherli et al., (2022) dan Alvin (2020) Price berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nursakinah (2022) dan Rustiana et al., (2021) menjelaskan bahwa Price tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Pada *Café W.H* juga memiliki harga yang sesuai dengan harga pasaran, tetapi size untuk harga tersebut dirasa kurang sesuai oleh pelanggan dan membuat pelanggan merasa harga yang di tawarkan tidak sesuai dengan harga makanan atau minuman yang pelanggan terima. Dengan demikian, daftar harga menu Signature yang tersedia di *Café W.H* Kota Kisaran menjadi kurang relevan dalam konteks penentuan nilai produk dan layanan bagi pelanggan.

Pemahaman terhadap kepuasan pelanggan memungkinkan pemilik *Café* untuk mengidentifikasi area di mana mereka dapat meningkatkan layanan dan pengalaman pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri merupakan perasaan puas atau kecewa yang timbul setelah seseorang membandingkan kinerja produk dengan harapannya. Dengan menciptakan kepuasan pelanggan, *Café* dapat memperoleh manfaat signifikan, seperti memperkuat hubungan harmonis dengan pelanggan, membangun dasar yang solid untuk pembelian ulang dan loyalitas, serta menghasilkan rekomendasi yang menguntungkan. Memperbaiki aspek-aspek tertentu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga, akan membantu *Café* meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Dalam konteks kompetisi yang semakin ketat di industri *Café*, memahami dan memperhatikan kepuasan pelanggan

menjadi sangat penting, karena pelanggan memiliki banyak pilihan untuk menikmati kopi dan suasana *Café*. Oleh karena itu, *Café* yang mampu memberikan pengalaman memuaskan akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan.



Gambar 1.3

Kritik dan Saran Pelanggan *Café* W.H

Sumber: <https://maps.app.goo.gl/cmtGHvEgSuYeDVZR8>

Berdasarkan kritikan pelanggan yang peneliti lihat dari google map *Café* W.H, beberapa pelanggan merasa puas sudah berkunjung ke *Café* W.H namun beberapa dari pelanggan masi ada yang merasa kurang puas bahkan tidak puas. Hal ini di buktikan pada gambar 1.3, Dimana terdapat pelanggan yang memberikan kritikan dan masukan sebagai evaluasi untuk *Café* W.H agar pihak *café* dapat mengkoordinir karyawannya dengan baik dan menjalin komunikasi yang ramah dengan pelanggan, maka dari itu sepertinya pihak kafe harus memperhatikan unsur-unsur yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan mempertibangkan compatibilitas makanan dengan baik.

Berdasarkan permasalahan diatas, dan uraian penelitian terdahulu maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *service quality*, *product quality* dan *Price Compatibility* terhadap Kepuasan Pelanggan di *Café W.H Kota Kisaran Kab. Asahan Sumatra Utara*”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap kepuasan pelanggan *Café W.H di Kota Kisaran*?
2. Bagaimana pengaruh *product quality* terhadap kepuasan pelanggan *Café W.H di Kota Kisaran*?
3. Bagaimana pengaruh *price compatibility* terhadap kepuasan pelanggan *Café W.H di Kota Kisaran*?
4. Bagaimana pengaruh *service quality*, *product quality* dan *price compatibility* terhadap kepuasan pelanggan *Café W.H di Kota Kisaran*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Café W.H di Kota Kisaran*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *Café W.H di Kota Kisaran*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesesuaian harga terhadap kepuasan pelanggan *Café W.H di Kota Kisaran*.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality*, *product quality* dan *price compatibility* terhadap kepuasan pelanggan *Café W.H* di Kota Kisaran

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan *service quality*, *product quality* dan *price compatibility* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi program studi dan memberikan informasi tambahan yang berguna bagi mahasiswa/i dalam melakukan penelitian dengan objek maupun masalah yang sama dan mengembangkan di masa yang akan datang atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan manfaat sebagai sarana dalam pengembangan pembelajaran mahasiswa di seluruh Indonesia dan juga agar dapat dijadikan bahan referensi peneliti berikutnya serta diharapkan penelitian ini dapat melengksi penelitian terdahulu.
2. Memberikan bahan pertimbangan dan ilmu pengetahuan kepada para pelaku ekonomi. Sehingga bisa dijadikan sebagai pertimbangan yang berkaitan dengan *service quality*, *product quality* dan *price compatibility* terhadap kepuasan pelanggan.