

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen

Bisnis *coffee shop* (kedai kopi) di Kota Sungai Penuh mengalami perkembangan diberbagai tempat, mulai dari *coffee shop outdoor* hingga gerai *coffee shop*. Perkembangan *coffee shop* di Kota Sungai Penuh saat ini sudah banyak menyebar dimana-mana sehingga menimbulkan semakin ketatnya

persaingan bisnis. Hal ini membuat *coffee shop* harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan dalam meraih konsumen. Semakin kesini, bisnis kedai kopi di Kota Sungai Penuh dengan persaingan untuk menarik pelanggan yang datang berkunjung dan menikmati kopi di kedai kopi mereka, sehingga segala strategi peningkatan bisnis kedai kopi pun diterapkan seperti harga, kualitas, dan promosi untuk menyebarkan informasi mengenai *coffee shop*. Tidak sedikit juga pemilik kedai kopi yang memberikan promosi kopi melalui jejaring media sosial untuk menarik perhatian calon konsumennya. Tentunya strategi yang diterapkan semakin banyak pasti dapat memberikan peluang bagi pemilik kedai kopi dalam memenangkan persaingan bisnis kedai kopi.

Beberapa *coffee shop* yang sedang hit di kalangan anak muda di Kota Sungai Penuh yang memiliki konsep yang menarik bagi konsumen. Selain itu, selain faktor tersebut harus menjadi perhatian pihak pengelola *coffee shop*, selebih keberadaan pesaing merupakan suatu tantangan bagi pemilik kedai kopi. Berikut ini daftar nama *coffee shop* yang ada di Kota Sungai Penuh dapat disajikan pada tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Coffee Shop di Kota Sungai Penuh**

<b>Nama Coffee Shop</b>	<b>Alamat</b>
Volcano Coffe	Dusun Baru Sungai Bungkal
Noka Experince	Koto Tinggi
Kopi Lain Hati	Desa Permenti Pondok Tinggi
Marka Kopi	Karya Bakti
Taman Kopi	Lawang Agung
Wiyuka Coffe	Pelayang Raya
Kedai Kopi	Sumur Anyir Sungai Bungkal
Korintji Heritage Home	Aur Duri
Radjea Coffe	Sungai Penuh

*Sumber: Observasi Awal Peneliti*

Ketertarikan saya memilih Volcano Coffe menjadi objek penelitian yang berlokasi di Amar Sakti Pondok Tinggi yang memiliki konsep *coffee shop* sebagai tempat tonkrongan anak muda. Selain konsumen pencipta kopi datang untuk minum kopi, konsumen datang untuk nongkrong yang asyik, mendengarkan live musik, sajian kopi yang menarik, rasa kopinya enak, varian copi yang lengkap, dan cocok untuk para kaula muda nongkrong. Volcano coffe Sungai Penuh yang berdiri sejak tahun 2016, merupakan salah satu *coffee shop* yang terletak di Desa Dusun Baru Sungai Bungkal. Volcano coffe merupakan salah satu coffe shop yang ada di Kota Sungai Penuh. Konsumen merasakan puas berkunjung menikmati santapan kopi dari berbagai faktor pendukung yang ditawarkan oleh Volcane Coffe. Beberapa data pengunjung Volcano Coffe Sungai Penuh yang menjadi tolok ukur kepuasan konsumen. Jumlah pengunjung Volcano Coffe pada tahun 2022 yang dapat disajikan sebagai berikut.

**Tabel 1.2**  
**Data Pengunjung dan Omzet Volcano Coffe Sungai Penuh**

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung/Bulan	Omzet/Perbulan (Rp)
1	Januari	870	35.000.000
2	Februari	885	40.000.000
3	Maret	945	45.000.000
4	April	923	42.000.000
5	Mei	545	19.000.000
6	Juni	1120	48.000.000
7	Juli	1250	55.000.000

Sumber: Oservasi Awal Penelitian

Berdasarkan tabel di atas jumlah pengunjung dan Omzet Volcano Coffe pada tahun 2022 cukup tinggi. Namun, jumlah pengunjung pada bulan Mei mengalami penurunan drastis karena bulan puasa. Konsumen kurang nongkrong di Coffe Shop dan lebih banyak memilih Cofe untuk Buka Bersama. Tingginya

jumlah pengunjung dan omzet Volcano Caffe menjadi pertimbangan menunjukkan bahwa adanya kepuasan konsumen terhadap keunggulan baik dari harga minum kopi, kualitas pelayanan, promosi, dan juga segala hal pendukung di Volcano Coffe. Beberapa faktor yang dapat memberikan kepuasan konsumen dalam menyantap kopi di Volcano Coffe di antaranya adalah harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang bagus bagi konsumen, dan promosi yang menarik untuk memikat hati konsumen datang ke Volcano Coffe. Volcano coffe mempunyai ciri khas tersendiri, maka akan semakin banyak konsumen yang tertarik datang untuk menikmati kopi. Dengan memperhatikan berbagai faktor yang dapat memuaskan konsumen seperti harga, kualitas pelayanan, dan promosi yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen di Volcano Coffe.

Menurut Tjiptono (2014) kepuasan konsumen merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan konsumen bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan konsumen. Kepuasan konsumen timbul setelah melakukan penilaian ketika membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan oleh konsumen. Jika produk yang dibeli sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Fenomena kurangnya kepuasan konsumen Volcano Coffe yang masih kurang dirasakan konsumen berdasarkan indikator kepuasan yang masih belum

terpenuhi sesuai harapan konsumen. Namun, terkadang konsumen juga merasakan kurang puas terhadap layanan yang diberikan oleh pengelola Volcano Coffe pada saat sedang ramai. Pengelola Volcanoe Coffe cenderung memberikan perhatian kepada konsumen tertentu dan sedikit mengabaikan kepada konsumen baru sehingga konsumen merasakan kurang puas. Kemudian sering juga konsumen tidak selalu membeli kembali kopi pada Volcano Coffe karena banyak saingan bisnis yang sejenis yang menawarkan hal yang lebih memuaskan konsumen. Kemudian juga konsumen tidak selalu serta merta merekomendasi kepada konsumen lain, karena biasanya konsumen memiliki selera sendiri terhadap minuman kopi, dan terkadang konsumen kurang merasakan terpenuhinya harapan sebagaimana ekspektasi konsumen harapkan tidak sesuai dengan kenyataan dan minum kopi di Volcano Coffe rasanya sama saja dengan kopi di tempat lain.

Berdasarkan fenomena indikator kepuasan konsumen yang masih kurang sesuai dengan harapan. Untuk itu konsumen perlu mempertimbangkan faktor lain dalam memenuhi kepuasan konsumen diantaranya dari harga jual, kualitas pelayanan, dan promosi sebagai cara dalam menyebarkan informasi mengenai keunggulan Volcano Coffe. Sebagaimana menurut Tjiptono (2014), bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah harga, kualitas pelayanan, dan promosi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Yanti dan Puja (2021), yang menjelaskan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Percetakan UD. Wipra Print Karangasem.

Menurut Swastha (2015), harga merupakan sejumlah uang atau nilai yang dibayarkan terhadap barang, produk, ataupun makanan maupun minuman yang dibeli. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dalam pembelian produk, biasanya konsumen membandingkan harga produk dengan nilai kegunaan dari produk tersebut sehingga dapat memuaskan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Merpaung dan Mekaniwati (2020), menjelaskan bahwa variabel harga dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen mesin pengolahan kopi di PT. Karya Mitra Usaha.

Fenomena harga jual minuman kopi pada Volcano Coffe yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk datang menikmati minuman kopi ternyata masih kurang sesuai dengan harapan konsumen. Berdasarkan indikator harga jual minuman kopi di Volcano Coffe diantaranya keterjangkauan harga kopi pada setiap bagi sebagian konsumen merasakan mahal, karena untuk minum kopi konsumen harus membayar harga yang lebih mahal. Kemudian kopi satu cup harganya masih kurang sesuai dengan manfaat dan kuantitas, dimana hanya 1 cup kopi harga cukup mahal dan kurang mengenyangkan. Kemudian dari segi kualitas kopi yang digunakan sudah bagus, tetapi harga yang mahal termasuk indikator yang sulit dijangkau konsumen, tetapi bagi pencinta kopi harga mahal tetap juga dibeli.

Menurut Daryanto (2014) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*). Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk evaluasi konsumen atas pelayanan yang diberikan apakah itu sesuai dengan harapan konsumen atau tidak atau bahkan pelayanan yang diberikan melebihi harapan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima konsumen memuaskan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik, sebaliknya apabila pelayanan yang diterima oleh konsumen dirasa tidak sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan buruk. Jadi, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Teori di atas juga didukung dengan hasil penelitian dari Akbar (2020), Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Gojek.

Fenomena kualitas pelayanan sudah bagus yang ditunjukkan dengan sikap dan perilaku yang andal dalam melayani konsumen saat membeli, tanggap terhadap apa yang diinginkan konsumen yang ingin membeli kopi, memiliki pengetahuan, sikap dan kemampuan yang bagus terhadap jenis kopi yang diinginkan konsumen, merasa empaty terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen saat datang untuk meminum kopi di Volcano Coffe. Namun, ada beberapa hal yang masih dirasakan bahwakualitas pelayanan Volcano Coffe juga terdapat hal yang belum bagus misalnya ketika konsumen banyak antri untuk minum kopi biasanya konsumen harus menunggu lama karena alat membuat kopi barista terbatas dan tidak bisa melayani konsumen dengan cepat. Karyawan

Volcano Coffe juga masih kurang mampu memberikan jaminan kepada konsumen untuk menunggu karyawan menyiapkan kopi apalagi pembuatan kopi barista membutuhkan waktu yang cukup lama.

Menurut Irawan (2015), menjelaskan bahwa promosi sebagai usaha untuk memberikan informasi tentang produk yang dijual kepada calon pembeli agar tertarik untuk melakukan transaksi pembelian produk tertentu. Promosi merupakan salah satu sarana yang cukup penting dalam memberikan informasi mengenai Volcano Coffe. Hal ini berarti promosi termasuk media yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sebagaimana didukung oleh penelitian terdahulu dari Arianto dan Setiawan (2020), menjelaskan bahwa promosi memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen PAT. PT BPR H.A. Bogor.

Fenomena promosi masih kurang optimal dilakukan oleh Volcano Coffe, baik melalui periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Hal ini masih banyak konsumen yang belum mengetahui secara luas tentang Volcano Coffe, dan apa saja produk yang unggulan yang dijual oleh Volcano Coffe, sehingga belum menarik konsumen secara luas. Promosi juga belum dilakukan secara masiv baik melalui periklanan ataupun penjualan personal, promosi penjualan, dan biasanya konsumen hanya tahu dari mulut ke mulut saja. Walaupun Volcano Coffe sudah melakukan promosi melalui media sosial, tetapi masih dirasakan belum efektif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh secara parsial dan berapa besarnya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh secara parsial dan berapa besarnya?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh secara parsial dan berapa besarnya?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh secara simultan?
5. Berapa besar pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh secara parsial dan berapa besarnya.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh secara parsial dan berapa besarnya.
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh secara parsial dan berapa besarnya.

4. Untuk mengetahui harga, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh secara simultan.
5. Besar pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Volcano Coffe Sungai Penuh.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Akademis**

1. Sebagai bahan masukan bagi pengelola Volcano Coffe sebagai pertimbangan meningkatkan kepuasan konsumen untuk datang berkunjung lagi menikmati kopi.
2. Bagi pihak-pihak lain, diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi atau bahan masukan dalam penelitian serupa pada penelitian yang akan datang.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Bagi penulis diharapkan penelitian ini dapat menambah pemahaman dan menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran produk kopi yang dijual di Volcano Coffe sebagai serta untuk mengaplikasikan teori yang telah didapat selama perkuliahan ke dalam dunia usaha sesungguhnya.