

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, dunia bisnis semakin berkembang dari hari ke hari, yang membuat perusahaan tidak dapat dipisahkan dari persaingan yang ada, sehingga menuntut perusahaan untuk menyediakan sistem pemasaran yang baik bagi perusahaan yang bergerak di bidang bisnis atau jasa. Salah satu industri yang berkembang pesat dan kompetitif di Indonesia saat ini adalah industri kuliner. Penyedia jasa perlu menyediakan produk atau jasa yang berkualitas tinggi, baik dari segi mutu produk maupun mutu jasa, atau mampu memberikan harga produk atau jasa yang lebih terjangkau, sehingga konsumen dapat merasakan kebutuhannya.

Bisnis kedai kopi di Indonesia berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi bisnis yang menjanjikan. Menurut riset Toffin and Mix Magazine, jumlah kedai kopi di Indonesia mencapai lebih dari 2.950 pada Agustus 2019, naik hampir tiga kali lipat dari sekitar 1.000 pada 2016. Jumlah ini akan meningkat dari tahun 2020 hingga 2022. Tren kedai kopi juga berkembang pesat di Ternate, yang dapat dilihat dan dirasakan dalam lima tahun terakhir. Hampir setiap sudut dan pusat kota Ternate terdapat kedai kopi, kurang lebih puluhan. Saat ini minum kopi bukan hanya sekedar konsumsi, melainkan gaya hidup, sehingga kedai kopi Ternate pun berlomba-lomba menawarkan inovasi produk, serta eksklusivitas dan kenyamanan tempat mereka, untuk menarik para penikmat dan pelanggannya. Sebuah usaha kedai kopi di Ternate untuk tetap survive dan berkelanjutan tentunya membutuhkan pola pemasaran yang baik dan tepat, Sehingga bisa merawat pelanggan dan mendatangkan pengunjung baru.

Persaingan semakin pesat membuat para pelaku usaha harus mengembangkan *service quality* agar produk yang diciptakan dapat menarik untuk para konsumen agar berkunjung didmozaik kafe. Dengan adanya pesaing, konsumen memiliki pilihan yang beragam untuk melakukan pembelian salah satu produk yang, melihat kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat dan pesaing baru terus bermunculan dengan membawa produk dan strategi baru sehingga persaingan pasar yang semakin ketat. Ketatnya persaingan yang terjadi saat ini menyebabkan usaha pada bidang yang sejenis berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Hal ini menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan keberlangsungan perusahaanya. Pertumbuhan dan perkembangan ilmu teknologi dan cepatnya arus informasi sangat berpengaruh terhadap segala jenis usaha di Indonesia terutama di Maluku Utara.

Saat ini bidang usaha yang berkembang adalah bidang kuliner yang salah satunya adalah produk berupa kedai kopi dengan brand tersendiri. Dmozaik merupakan salah satu brand kopi shop yang sedang menjadi trend saat ini. kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil yang memenuhi atau melebihi kebutuhan konsumen. Dengan menampilkan kelebihan produk signature café M22 ini. Oleh karena itu dmozaik berusaha untuk memberikan produk yang berkualitas dan bermutu tinggi, agar produk yang diberikan selalu diingat di benak pelanggan, dan pelanggan akan puas dengan kualitas produk kopi dmozaik yang prima.

Membuat model perilaku konsumen dengan mengidentifikasi tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor pertama yang mempengaruhi konsumen adalah insentif. Stimuli menunjukkan bahwa konsumen menerima

dan memproses informasi ketika konsumen mengevaluasi informasi dari iklan, teman, atau pengalaman mereka sendiri.

Pengaruh kedua berasal dari karakteristik pribadi konsumen, seperti persepsi, sikap, minat, dan karakteristik konsumen (demografi, kepribadian, gaya hidup). Dampak ketiga adalah reaksi konsumen. Ini adalah hasil akhir dari proses pengambilan keputusan konsumen dan hasil dari efek gabungan dari semua faktor yang disebutkan di atas.

Namun ada beberapa hal yang dapat menimbulkan ketidakpuasan pada sebagian konsumen yaitu konsumen akan kecewa jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen diduga kualitas pelayanan kurang memuaskan. Bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai sehingga konsumen kecewa, Kesenangan dan kekecewaan yang dialami seseorang ketika membandingkan produk yang diinginkan dengan kinerja yang diharapkan. Kepuasan dapat diciptakan dengan melihat pelayanan yang diberikan sangat optimal dan apakah produk yang diperoleh sesuai dengan keinginan yang akan menentukan kepuasan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai maka konsumen akan merasa kecewa (Winarno, 2018). Perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2007). Kepuasan dapat diciptakan dengan dilihat dari pelayanan yang diberikan sangat optimal dan produk yang didapatkan sesuai dengan yang diinginkan maka akan menentukan kepuasan.

Kualitas produk pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai

bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus melakukan strategi dalam hal pengukuran yaitu dengan cara membagi produk, seperti mengelompokkan makanan dalam beberapa kategori, misalnya kualitas rasa, kuantitas atau porsi, variasi menu atau variasi jenis makanan yang ditawarkan. Hal ini tidak bisa dipungkiri bahwa cita rasa yang khas, porsi yang sesuai dengan ekspektasi dan selera, serta banyaknya varian makanan yang ditawarkan akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian berulang dan mempertahankan kepuasan terhadap produk tersebut.

Masalah kualitas pelayanan atau jasa ikut menentukan perkembangan usaha dalam berbisnis. Kualitas pelayanan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kewajiban perusahaan untuk berurusan dengan konsumen dan memberikan pelayanan yang baik. Kualitas semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk dalam persaingan.

Lokasi tempat beroperasinya suatu perusahaan atau tempat suatu perusahaan melakukan kegiatannya untuk menghasilkan barang dan jasa yang berkaitan dengan aspek ekonomi. Lokasi juga mempengaruhi kepuasan konsumen, Konsumen menginginkan lokasi yang mudah dijangkau. Dapat juga diartikan pengertian lokasi adalah tempat dimana suatu perusahaan beroperasi atau tempat suatu perusahaan melakukan kegiatannya untuk menghasilkan barang dan jasa yang berkaitan dengan aspek ekonomi.

View Di kedai kopi Dmozaik Kota Ternate juga menjadi salah satu yang

menarik pelanggan alasan menarik pelanggan yaitu dengan pemandangan tidak kalah dengan kafe lainnya yaitu langsung memanjakan mata kalian dengan view gunung tidore dan juga gunung maitara selain itu pada malam hari terdapat keindahan lampu-lampu rumah yang terlihat sepanjang Kota Ternate yang sangat menarik.

Kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan konsumen sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen. Kepuasan adalah perasaan seseorang setelah memperoleh pengalaman kinerja pelayanan yang diharapkan. Selanjutnya bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat persepsi setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapan mereka. Menggabungkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah evaluasi yang dibuat oleh konsumen setelah konsumsi, yang terdiri dari harapan dan kinerja.

Keputusan pembelian akhir konsumen untuk membeli barang atau jasa berdasarkan berbagai pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan sejauh mana pemasar berusaha menjual produk kepada konsumen. Konsep keputusan pembelian adalah membeli merek favorit, namun terdapat dua faktor antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah orang lain, yaitu jika seseorang yang penting bagi Anda berpikir Anda harus membeli mobil murah, peluang Anda untuk membeli mobil mahal akan berkurang. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak terduga.

Tren kedai kopi ini semakin meningkat, Setiap kedai kopi berlomba-lomba

untuk menyajikan kopi andalan mereka untuk menarik perhatian pelanggan. Mulai dari jenis kopi yang spesial dengan beragam rasa kopi yang disajikan hingga *signature* favorit dari setiap kedai kopi termasuk *signature* asli dari Dmozaik yang dimana produk *signature* ini sering menjadi menu andalan dari para konsumen. *Signature* dari Dmozaik yaitu Kopi dexy, Kopi susu dexy, Kopi Susu Karbela, *Matcha Espresso*, *Vanilla Espresso*, Dan *Mango Smoothie*.

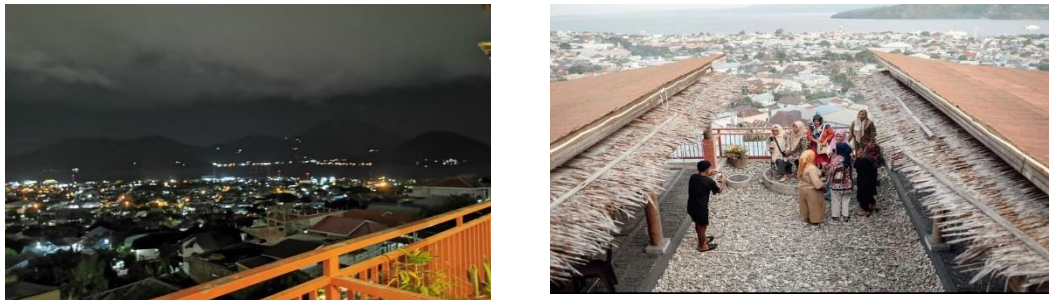
Berdasarkan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa *product quality* dan *service quality* dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (I G. M. Pradipta, 2022). Maka dari itu, pelaku bisnis harus memberikan yang terbaik agar dapat mendapat kepuasan dari konsumen yang telah mengkonsumsi produk tersebut. Kepuasan konsumen adalah rasa senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang diharapkan terhadap hasil yang didapatkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Daniel Pereira, 2016). Dengan demikian, semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan. Namun adapun hasil yang mengungkapkan bahwa *service quality* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Fahleti, 2018). Berdasarkan Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dulkhatif. (2016). Memberikan bukti bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Dulkhatif dkk., 2016). Berdasarkan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian (Sukardi 2018). Namun adapun hasil yang mengungkapkan bahwa lokasi berpengaruh negatif terhadap keputusan

pembelian (Debby Chythia 2022).

Berdasarkan apa yang ada diatas maka dari itu selanjutnya ada gambar dari dmozaik coffe yang menunjukan lokasi kedai kopi dmozaik dibawah ini.

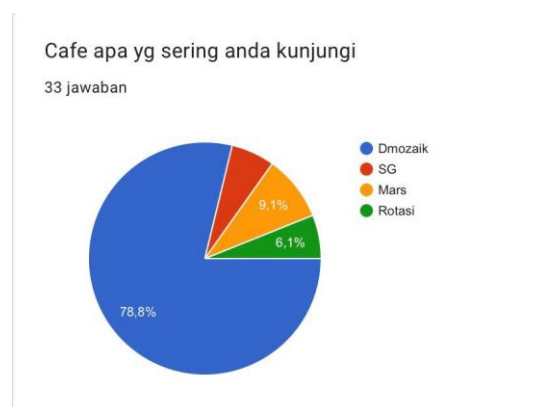
Gambar 1.0 View Dari Dmozaik kafe



Sumber penulis desember 2022

Berdasarkan gambar diatas bisa dilihat pemandangan yang ada dmozaik coffe yang dimana konsumen dimanjakan oleh keindahan kota ternate, gunung, serta luasnya lautan maluku utara. Dan pada malam hari konsumen di suguhkan oleh keindahan kota ternate pada malam hari dengan cahaya yang redup dan hangat membuat suasana menjadi nyaman.

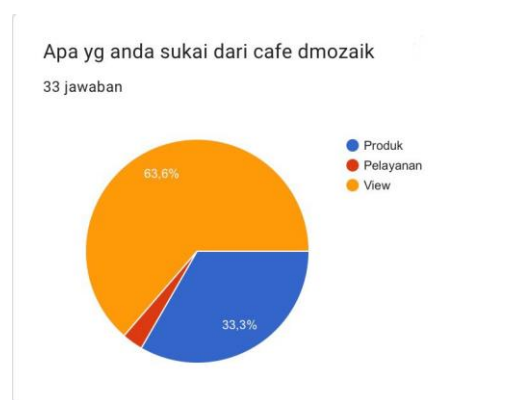
Gambar 1.2 jawaban dari konsumen



Sumber Mini riset desember 2022

Berdasarkan gambar diatas menunjukan bahwa kafe yang sering dikunjungi dan presentase paling tinggi dengan presentase yaitu Dmozaik dengan 78,8% dan yang paling rendah kafe rotasi dengan presentase 6,1%. Hal ini menunjukan bahwa dmozaik coffe masih menjadi pilihan utama bagi para konsumen ketika memilih kafe.

Gambar 1.3 jawaban konsumen



Sumber Mini riset desember 2022

Berdasarkan dari gambar diatas menunjukan bahwa konsumen berkunjung ke dmozaik coffe sebagai view presentase paling tinggi yaitu dengan 63,6% dan presentase rendah yaitu produk dengan presentase 33,3%. Hal ini menunjukan bahwa sebagian pengunjung kafe dmozaik pergi ke kafe karena viewnya.

Berdasarkan uraian diatas yang sudah dijelaskan maka dari itu penulis tertarik meneliti lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH *PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY* DAN LOKASI TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *SIGNATURE*”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *product quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?
4. Apakah *product quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?
5. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?
6. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?
7. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?
8. Apakah *product quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* melalui keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?
9. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* melalui keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?
10. Apakah lokasi berpengaruh terhadap *customer satisfaction* melalui keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate?

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian merupakan salah satu yang harus dicapai atau harapan atas apa yang dilakukan dalam penelitian, adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap *customer satisfaction* pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.
4. Untuk mengetahui pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.
5. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.
6. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.
7. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.
8. Untuk mengetahui pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction* melalui keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.
9. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* melalui keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.

10. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap *customer satisfaction* melalui keputusan pembelian pada kedai kopi dmozaik di kota ternate.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan sesuatu yang diharapkan dari setiap dan memperoleh hasil yang dapat memberi manfaat bagi peneliti maupun pihak lain yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Teoritis

Sebagai referensi atau bahan acuan bagi penulis lainnya yang akan melakukan atau melanjutkan penelitian sesuai dengan judul skripsi ini.

2. Praktis

a. Manfaat bagi Produsen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai dasar untuk memantau perkembangan perusahaan dan dapat mengetahui karakteristik dari masing-masing konsumen yang menginginkan sesuatu lebih dari yang diharapkan.

b. Manfaat bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada konsumen mengenai *Product quality*, *Service quality*, dan lokasi pada Kedai dmozaik coffe di Kota Ternate.

c. Manfaat bagi Penulis Selanjutnya

Sebagai bahan untuk dijadikan referensi dan menambah wawasan yang dapat dijadikan topik penulisan penelitian selanjutnya