

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis kuliner dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang pesat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Bisnis kuliner yang berkembang berbagai ragam seperti bisnis restoran dan bisnis populer misalnya cafe, kedai kopi, toko roti dan sebagainya. Banyaknya bisnis di bidang kuliner yang kini dihadapkan pada masyarakat, diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia. Akan tetapi dampak yang diakibatkan oleh banyaknya pesaing kuliner yang berkembang sangat ketat, khususnya bisnis di bidang cafe. Pelaku usaha harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu *experience* di dalam mengkonsumsi produk, sehingga akan membuat konsumen terkesan (Khorri *et al.*, 2021).

Oleh karena itu, diperlukannya sebuah paradigma untuk menggeser sebuah pemikiran tradisional dalam bisnis kuliner, yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi konsep modern yang menawarkan berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan musik, wifi dan sejenisnya yang merupakan daya tarik khusus bagi para konsumen sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian. Pelaku usaha menerapkan berbagai strategi untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Salah satu cara agar dapat lebih unggul dalam bersaing dengan usaha yang lain dengan melayani segala kebutuhan

konsumen dengan baik. Konsumen ialah suatu aset untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan. Oleh karena itu, pelaku usaha akan berusaha menciptakan kepuasan konsumen agar konsumen tetap loyal dan dapat melakukan pembelian berulang (Rahmadani *et al.*, 2019).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen ialah tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas (Novia & Baharuddin Semmaila, 2020). Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan (Fifin Anggraini, 2020). Adapun beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada cafe violet diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga.

Kualitas produk ialah 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 dan 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 dan mempertahankan kepuasan terhadap produk tersebut (Santoso, 2019).

Kualitas pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Pada hakikatnya pelayanan merupakan kegiatan proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain (Woen & Santoso, 2021).

Harga ialah komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan dimana seorang akan berbelanja. Kegiatan penentuan harga merupakan peranan yang penting saat proses bauran pemasaran, karena penentuan harga langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dinilai konsumen dan juga dalam proses membangun citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu pada harga dalam hal kualitas (Aisyah & Tuti, 2022).

Ada beberapa tempat kuliner yang ada di Kota Ternate, salah satunya ialah Cafe Violet. Cafe Violet merupakan salah satu perusahaan UMKM, dimana UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang lebih

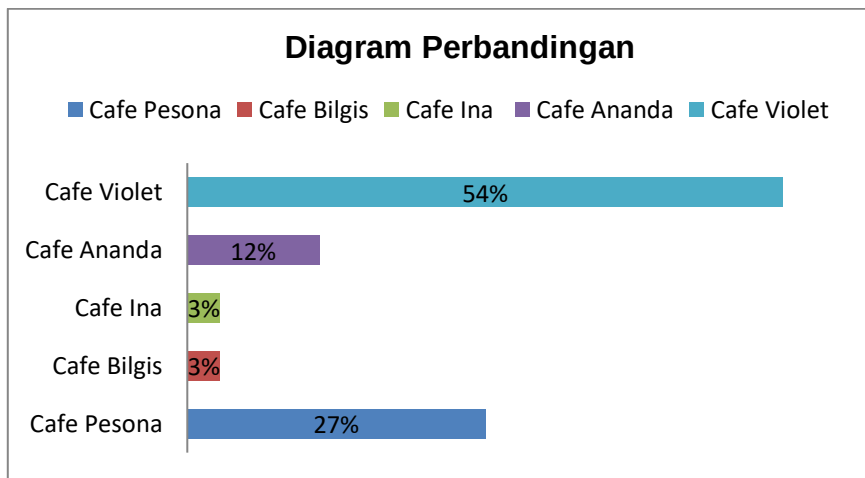
fokus pada skala usaha mikro. Kisaran usaha dalam kategori UMKM sangat luas, seperti warung makan, rumah tangga, pedagang kaki lima bahkan toko kelontong termasuk UMKM. Begitu pula dengan kategori UMKM yang masih mencakup restoran, cafe, apotek, klinik kecantikan, hotel, apartemen, tempat cuci mobil, dan perusahaan lain yang modal dan pendapatannya tidak melebihi 300 juta. Cafe Violet merupakan usaha mikro karena memiliki karyawan kurang dari empat dan pendapatan yang didapat kurang lebih 150 juta dalam 1 tahun. Hal ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian terhadap bisnis kuliner dengan fokus pada salah satu bisnis kuliner yang ada di Kota Ternate yaitu Cafe Violet.

Cafe Violet merupakan Cafe yang sudah beroperasi selama setahun dan banyak dikunjungi orang karena tempatnya yang asri dan menu yang ditawarkan menarik konsumen untuk membeli suatu produk dari Cafe Violet. Berdasarkan temuan saat ini, peneliti menemukan bahwa orang berusia 26-34 tahun lebih banyak mengunjungi cafe violet daripada orang dewasa berusia >35 tahun karena tempatnya yang terbuka lebih disukai oleh anak muda daripada orang dewasa, sehingga lebih banyak pengunjung yang datang ke Cafe Violet karena konsumen lebih banyak memilih Cafe Violet dibandingkan Cafe lainnya. Hal ini dikarenakan Cafe Violet mampu memuaskan konsumen dengan menawarkan makanan dan minuman yang enak, menarik dan higienis. Selain itu pelayanan yang diberikan cepat dan tepat. Namun harga yang diberikan cukup terjangkau, menu favorit konsumen yaitu es buah pelakor membuat konsumen tertarik untuk mengunjungi Cafe Violet, sehingga konsumen lebih memilih untuk

melakukan pembelian berulang dibandingkan di Cafe pada umumnya. Hal ini dapat dilihat pada tabel perbandingan dibawah ini:

Gambar 1. 1 Diagram Perbandingan Cafe Violet, Cafe Ananda, Cafe Ina, Cafe Bilgis dan Cafe Pesona

Pilihlah satu dari ke 5 cafe ini mana yang lebih menarik dan memberikan kepuasan kepada konsumen!



Sumber: Google Form

Dilihat dari diagram diatas bahwa konsumen lebih banyak memilih di cafe violet, hal ini menjadikan peneliti ingin meneliti di cafe violet, konsumen lebih memilih cafe violet karena menu yang dihidangkan lebih menarik konsumen untuk berkunjung di cafe violet, menu yang diberikan pada para konsumen dengan menu favoritnya yaitu yang dinamakan es buah pelakor, sehingga inilah yang membedakan cafe-cafe pada umumnya. Dapat di lihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 1. 2 Es Buah Pelakor



Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Linardi (2019), penelitian didukung oleh Sambara *et al.*, (2021), Mahira dan Prasetyo Hadi (2021). Mereka memperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian Bayu *et al.*, (2021), bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, Oleh beberapa penelitian terdahulu, yaitu penelitian Mahira dan Prasetyo Hadi (2021) berdasarkan hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, Sedangkan menurut penelitian Widodo (2021), bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya penelitian tentang harga terhadap kepuasan konsumen, pada beberapa penelitian terdahulu, yaitu penelitian Gofur (2019) berdasarkan hasil penelitian yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

konsumen, sedangkan menurut penelitian Lonardi *et al.*, (2021) bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini menjadikan daya tarik penulis untuk meneliti bisnis kuliner yang berfokus pada salah satu kuliner yaitu Cafe Violet. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengambil penelitian dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe violet?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe violet?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe violet?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe violet?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe violet
2. Untuk mengetahui Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe violet
3. Untuk mengetahui Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe violet
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cafe violet.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

- 1) Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama atau terkait. Temuan-temuan penelitian ini dapat mengidentifikasi celah pengetahuan dan menetapkan dasar bagi penelitian lebih lanjut yang mungkin mengeksplorasi variabel tambahan atau menguji model-model konseptual yang lebih kompleks.
- 2) Temuan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap literature manajemen pemasaran, terutama dalam konteks strategi pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan. Analisis mendalam terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dapat memberikan

pandangan yang lebih baik tentang bagaimana organisasi dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Manfaat Praktis

- 1) Hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan dalam pengembangan strategi pemasaran. Dengan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berkontribusi terhadap kepuasan konsumen, perusahaan dapat menyesuaikan dan meningkatkan produk, pelayanan dan kebijakan harga.
- 2) Penelitian ini dapat membantu perusahaan mengidentifikasi area di mana dapat meningkatkan kualitas produk, pelayanan atau kebijakan harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penerapan rekomendasi dari penelitian ini dapat membantu meningkatkan retensi konsumen, mendatangkan pelanggan baru dan memperkuat citra merek.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang kepuasan konsumen dalam membeli di cafe violet yang berkenan dengan kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk yang disediakan.