

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, perkembangan dan persaingan terjadi sangat pesat. Sementara itu konsumen semakin selektif dalam memilih suatu barang atau jasa yang mereka butuhkan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan produknya mampu bersaing dengan para pesaingnya dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Suatu perusahaan dikatakan berhasil menjalankan fungsinya apabila mampu menjual produknya pada konsumen dan memperoleh profit semaksimal mungkin.

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah *coffee shop*. Marsum (2005) menjelaskan bahwa kafe merupakan tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran. Kebanyakan kafe tidak menyajikan makanan berat namun lebih berfokus pada menu makanan ringan seperti kue, roti, sup, dan minuman

Sejarah mencatat bahwa penemuan kopi sebagai minuman berkhasiat dan berenergi pertama kali ditemukan oleh Bangsa Etiopia di benua Afrika sekitar 3000 tahun (1000 SM) yang lalu. Kopi kemudian terus berkembang hingga saat ini menjadi salah satu minuman paling populer di dunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Indonesia sendiri telah mampu memproduksi lebih dari 400 ribu ton kopi per tahunnya (Jason, 2008). Sehingga tidak heran jika saat ini banyak bermunculan usaha kafe dengan berbagai keunikan yang ditawarkan.

Pelaku usaha kafe perlu memperhatikan beberapa aspek agar konsumen yang berkunjung puas dan melakukan pembelian kembali. Kotler (2006) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau

kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2008). Kepuasan konsumen tersebut dapat diwujudkan dengan menggunakan keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan.

Derasnya arus informasi mempengaruhi makin uniknya kemasan kafe sehingga budaya metropolis ini juga menjangkiti semua orang. Salah satu keunikan tersebut diwujudkan dalam bentuk suasana atau atmosfer toko. Kotler & Keller (2007:177) menemukan bahwa timbulnya minat konsumen dalam melakukan pembelian, juga dipengaruhi oleh strategi yang diterapkan pelaku usaha yaitu produk yang bagus dan menarik, suasana toko yang nyaman serta pelayanan yang memuaskan. Salah satu strategi pemasaran yang dapat adalah dengan menciptakan store *atmosphere* yang aman dan nyaman agar dapat memberi kesan menarik kepada konsumen sehingga menimbulkan kesenangan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan kata lain, atmosfer toko atau suasana toko dapat mempengaruhi perasaan atau *mood* dari para konsumen yang berkunjung ke kafe.

Secara ekonomi *trend* demikian mempengaruhi putaran uang masyarakat, menstimulasi makin bervariasinya jenis, rasa, dan kemasan produk kopi. Hal tersebut membuat para pelaku usaha berusaha meningkatkan kualitas produknya. Tata et. Al (2000:2) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi.

Harga merupakan satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran tersebut yang akan mendatangkan laba bagi pelaku usaha. Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan

kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Agar lebih kompetitif di pasar, perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya (Tjiptono, 2008).

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap (Kotler, 2006).

Salah satu usaha kafe yang terdapat di Jember adalah Cafe Pojok Ambulu. Cafe tersebut merupakan salah satu usaha kafe yang terkenal di daerah Ambulu. Cafe Pojok Ambulu menawarkan berbagai macam kopi, juga dilengkapi dengan minuman lain serta makanan. Minuman kopi yang identik minuman untuk para lelaki, tapi pada observasi peneliti ternyata banyak wanita yang juga cenderung menghabiskan waktu mereka di Cafe Pojok Ambulu, mulai dari pelajar, mahasiswa, pembisnis, dan lain-lain. Tidak hanya untuk bersantai sambil menikmati makanan dan minuman yang ada di Kafe Kolong, tetapi telah menjadi tempat bagi mereka untuk membuat acara khusus seperti arisan, reunian, rapat, ulang tahun serta menghabiskan waktu bersama teman dan keluarga.

Tabel 1.1. Pengunjung Cafe Pojok Ambulu Tahun 2014-2015

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung (orang)	
		Tahun 2014	Tahun 2015
1	Januari	1.272	1.038
2	Februari	1.334	1.297
3	Maret	1.207	1.173
4	April	1.109	1.197
5	Mei	1.278	1.205
6	Juni	1.006	921
7	Juli	653	559
8	Agustus	612	593
9	September	918	603
10	Oktober	1.134	971
11	November	1.198	920
12	Desember	1.375	903

Sumber: Data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan Tabel 1.1. dapat diketahui jumlah pengunjung Cafe Pojok Ambulu setiap bulan dari tahun 2014 sampai tahun 2015. Setiap bulannya jumlah pengunjung Cafe Pojok Ambulu berfluktuasi, terkadang mengalami penurunan terkadang juga mengalami peningkatan. Penurunan pengunjung terbesar tahun 2014 terjadi pada bulan Juli sampai Agustus. Pada tahun 2015 penurunan pengunjung terbesar terjadi pada bulan Agustus sampai Oktober. Penurunan yang terjadi pada bulan tersebut kemungkinan karena pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan Ramadhan. Berbeda dengan tahun 2014, pasca bulan Ramadhan 2015 Cafe Pojok Ambulu tidak mampu mengembalikan jumlah pengunjung sampai diatas seribu. Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat kemungkinan ketidakpuasan konsumen sehingga berpindah ke kafe lainnya.

Ambulu memang sudah terkenal dengan daerah yang memiliki banyak warung kopi dan kafe. Hal tersebut tentu mewajibkan Cafe Pojok Ambulu untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya dan mempertahankan konsumen yang sudah ada. Mudah bagi pelaku usaha untuk mempertahankan konsumen jika perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Tjiptono (2008) menyatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di

antaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah prioritas pertama yang harus dijaga karena apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka mereka akan membeli ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama dan pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, suasana toko, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember?
2. Apakah atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember?
5. Apakah kualitas produk, atmosfer toko, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember?

1.3. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember
2. Menganalisis pengaruh atmosfer toko terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember
3. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember
5. Menganalisis pengaruh kualitas produk, atmosfer toko, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Pojok Ambulu, Jember

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Setiap kegiatan penelitian yang dilakukan pasti mempunyai beberapa manfaat. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan khususnya pemimpin perusahaan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, atmosfer toko, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti
Bagi peneliti, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
3. Bagi pihak Akademisi
hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan bagi khazanah ilmu pengetahuan, manajemen sumber daya manusia pada umumnya serta menambah khazanah perpustakaan

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan analisis pengaruh kualitas produk, atmosfer toko, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.