

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan konsumen dewasa ini menjadi konsep sentral dalam memahami perilaku konsumen. Konsumen adalah aset utama bagi perusahaan, apabila mereka tidak puas maka mereka tidak hanya berhenti melakukan transaksi dengan perusahaan tetapi juga dapat merusak citra perusahaan dimata konsumen dan calon konsumen lainnya. Mengingat bahwa setiap konsumen memiliki alasan khusus untuk memilih produk, sangat penting bagi pebisnis untuk memahami perilaku konsumen. Persaingan di antara bisnis tumbuh sebagai akibat dari keadaan ini. Banyak bisnis melakukan segala upaya untuk bertahan hidup dalam periode globalisasi yang sangat kompetitif ini. Menjaga kepuasan pelanggan hanyalah salah satu dari banyak tujuan yang telah dibantu oleh pemasaran untuk dicapai setiap bisnis. Itu telah tumbuh begitu cepat. Kotler dan Keller (2016:179), yaitu konsumen.studi tentang perilaku konsumen berfokus pada bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, memperoleh, dan menggunakan konsep, barang, dan jasa untuk memenuhi keinginan dan preferensi target pasar mereka. Pemasar lebih cenderung fokus pada kebutuhan pelanggan mereka daripada hanya menjual produk perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model* (Wooldruff dan Gardial, 2000), yang mengemukakan bahwa konsumen mengevaluasi produk dan layanan dan membandingkan kesan mereka tentang kinerja mereka dengan standar kinerja yang telah ditentukan untuk menentukan tingkat kepuasan atau ketidaksenangan mereka. Proses diskonfirmasi adalah nama yang diberikan untuk prosedur peninjauan. Pelanggan memiliki ekspektasi tentang bagaimana suatu hal akan bekerja ketika mereka membelinya. Produk bekerja lebih baik dari yang saya perkirakan.

Kepuasan pelanggan dinilai menjadi sebuah hal yang penting dan tidak berdiri sendiri melainkan dipengaruhi oleh faktor lain seperti suasana cafe. Memiliki suasana yang nyaman membuat tempat ini disukai oleh konsumen. Suasana cafe merupakan perpaduan antara arsitektur karakteristik toko, pencahayaan, tata letak, music dan aroma secara keseluruhan dapat menimbulkan citra baik maupun buruk dalam benak konsumen (Utami 2010). Menurut Mowen dan Minor (2012:139) suasana toko memengaruhi emosi pelanggan, yang pada gilirannya memengaruhi seberapa banyak atau seberapa sedikit mereka membeli. Suasana toko mungkin memberi pelanggan gagasan bahwa mereka akan meningkatkan pembelian mereka atau hanya menghasilkan jumlah kecil dan mungkin tidak berencana untuk kembali ke lokasi tertentu. Kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh kesan yang dibuat. Kemampuan perusahaan untuk menciptakan suasana yang menyenangkan bagi pelanggannya akan menunjukkan kepada mereka betapa seriusnya kenyamanan mereka, dan lingkungan yang lebih nyaman akan menghasilkan pelanggan yang lebih bahagia yang lebih mungkin untuk kembali melakukan pembelian.

Faktor lain yang berhubungan dengan kepuasan konsumen adalah keragaman produk. Produk yang semakin banyak tersedia dapat membuat para konsumen merasa terpenuhi segala

kebutuhan keseharian mereka. Utami (2010) mengemukakan bahwa keragaman produk mengacu pada berbagai pilihan menu yang ditawarkan produsen kepada pelanggan. Keragaman menu merupakan salah satu atribut menu yang dapat mempengaruhi kesenangan konsumen (Shoemaker dkk, 2005). Keragaman produk sebagai seperangkat (keanekaragaman) lini produk dan unsur yang ditawarkan oleh penjual tertentu pada para pembeli.

Faktor kepuasan berikutnya adalah harga. Berbagai penelitian menyatakan bahwa mengutamakan kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting, maka diperlukan untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang terkait yang dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan seperti harga dan kenyamanan layanan (Kaura, Durga Prasad, & Sharma, 2015), Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2018) Persepsi pelanggan bahwa harga yang tinggi akan mencerminkan kualitas yang tinggi (Tjiptono, 2015). Harga menjadi sebuah penilaian konsumen tentang perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan didapatkan dari produk dan jasa (Zeithaml dan Bitner, 2013).

Mengacu hasil penelitian Febriana dkk (2017), Lorena dan Martini (2019), Tawakkal dkk (2021), Sitepu (2019), Perwitasari dkk (2020), Ruffiansah dan Seno, (2020), Nurhajjah dkk, (2021), Rinova, (2018), Pramesti, dkk (2021), Sari dan Setiyowati (2017) memberikan gambaran bahwa kepuasan konsumen disebabkan oleh suasana cafe, keragaman produk serta harga. Suasana cafe, keragaman produk serta harga memiliki peran besar dalam menciptakan kepuasan konsumen. Menjaga kepuasan konsumen akan memberikan manfaat yang luar biasa kepada pelaku usaha dalam setiap aktivitas usahanya. Konsumen yang puas akan dengan suka rela merekomendasikan kepada orang lain. Keadaan ini menuntut pelaku usaha untuk dapat memahami dan memperhatikan kepuasan konsumen dalam aktivitas usahanya. Orientasi pemasaran harus berfokus pada konsumen.

Pebisnis yang berfokus pada konsumen akan berkembang karena mereka dapat mengungguli pesaing mereka dalam hal penciptaan nilai dengan memuaskan pelanggan.. Salah satu jenis usaha yang memiliki tingkat persaingan tinggi adalah cafe. Keadaan ini dibuktikan dengan menjamurnya usaha cafe seperti di Kabupaten Jember. Cafe biasanya menawarkan banyak macam makanan dan minuman, terutama sandwich, dan banyak juga yang buka untuk melayani sarapan, dan melayani menu-menu yang ringan. Dibeberapa cafe juga menawarkan tempat duduk yang terbuka. Berdasarkan pada pelaku bisnis cafe di Jember sudah terdapat beberapa usaha sejenis seperti dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Cafe Pesaing di Daerah Kampus

No	Nama Café	Alamat
1	Logye Coffee.id	Jl. Kalimantan No. 55C
2	Pesen Kopi Jember	Jl. Kalimantan
3	Gerobak Kota	Jl. Kalimantan IX
4	Kedai Kopi Kulo 2	Jl. Kalimantan
5	Bc Toyip	Jl. Kalimantan No.73
6	Jabon Mini Café	Jl. Kalimantan
7	Kedai Hijau Daun	Jl. Kalimantan

No	Nama Café	Alamat
8	Cang Kruk Coffe	Jl. Kalimantan
9	Rumah Kopi	Jl. Kalimantan
10	Cafe Kolong	Jl. Mastrib
11	Cafe Tipis Tipis	Jl. Danau Toba
12	Black Coffe Jember	Jl. Bengawan Solo
13	Camp Cafe Jember	Jl. Mastrip
14	Warunk Babe	Jl. Nias Gg.4
15	Cafe Cak wang	Jl. Mastrip
16	Cafe Nol Kilometer	Jl. Brantas
17	Warunk Cafe Mak Nul	Jl. Kalimantan
18	Stasiun Kopi	Jl. Jawa
19	Borneo Café	Jl. Mastrip
20	50:50	Jl. Semeru
21	Cafe Trigoli	Jl. Semeru
22	Grand Café	Jl. Jawa
23	Kopixel	Jl. Tidar
24	Eterno	Jl. Tidar
25	Cafe cangkirkita, kafe.	Jl. Tidar
26	Warung Ndalung Tidar	Jl. Tidar
27	Zona Apresiasi Jember	Jl. Tidar
28	JGO Corner	Jl. Tidar
29	Kedai Kopi Kafein	Jl. Tidar
30	Warkop Cak Kebo	Jl. Tidar
31	Mox Café	Jl. Tidar

Sumber : google 2021

Perkembangan jumlah pengusaha kopi di Kabupaten Jember sangat pesat. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya usaha-usaha baru cafe di setiap wilayah. Keadaan ini akan meningkatkan potensi persaingan antar setiap pengusaha cafe. Semakin banyak jumlah atau jenis usaha yang sama maka persaingan akan semakin pesat. Keadaan ini menuntut para pelaku usaha atau pemilik kafe untuk terus bertahan dalam upaya menjaga keberlangsungan usahanya dan mampu mengatasi persaingan yang ada. Orientasikan kepuasan terhadap konsumen menjadi salah satu kunci utama keberhasilan ditengah persaingan bisnis tersebut. Keadaan ini juga dirasakan oleh salah satu café yang terdapat di daerah Tidar yaitu Mox Cafe.

Mox café adalah bagian dari pelaku bisnis menjaga kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan beragam upaya dari pelaku bisnis untuk selalu memberikan kenyamanan kepada konsumen baik dari lokasi, luas café, suasana kafe serta sarana dan prasarana pendukung lainnya. Kepuasan pelanggan menjadi orientasi bisnis dari Mox café, karena adanya banyak pesaing. Di sepanjang jalan Tidar sudah terdapat 7 cafe yang menyajikan menu yang hampir sama yaitu kopi. Sebagai pelaku usaha Mox Cafe tidak pesimis dengan jumlah pesaing yang ada namun menjadi motivasi untuk bisa selalu bertahan dan memenangkan persaingan. Setiap cafe memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing, namun setiap

pelaku usah sepakat untuk selalu memberikan kepuasan yang sama kepa konsumen dengan cara yang berbeda-beda. Mox Cafe sejauh ini banyak dikunjungi kaum muda terutama para kaum laki-laki yang penikmat kopi. Mox Cafe merupakan salah satu cafe di Kabupaten Jember yang menyajikan beragam fasilitas exclusive dan unggul untuk menarik hati para pengunjung dan pelanggannya, Mox Cafe Jember menerapkan desain runagan yang trendy sesuai dengan saran dari pengunjung. Memberikan harga yang relatif terjangkau sesuai dengan variasi menu yang bisa dipilih. Moc Cafe bisa digunakan sebagai tempat rapat, karena suasana yang kondisif dan nyaman. Terlebih cafe ini termasuk tempat nongkrong di Jember yang murah, sekaligus memiliki pertunjukan live accustic. Mox Cafe ini memberikan pelayanan, dan harga yang sesuai dengan para kaum muda untuk menikmati secangkir Kopi yang sesuai dengan kantong mahasiswa, dengan adanya pelayanan, dan harga yang terjangkau konsumen diharapkan puas dengan apa yang di peroleh dari produk yang di berikan oleh Mox Cafe ini. Namun, sistem pelayanan yang diterapkan oleh Mox Cafe Jember tidak semata-mata telah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen sehingga perlu dikaji apakah sistem pelayanan yang diterapkan oleh Mox Cafe Jember telah memenuhi keinginan dan harapan konsumen atau dianggap terlalu berlebihan oleh konsumen. Berdasarkan pada data yang diperoleh dari Mox Cafe Jember diketahui bahwa jumlah pengunjung setiap hari selama pandemi covid-19 bisa mencapai 50-100 konsumen. Sementara untuk pendapatan yang diperoleh dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2 Omset Cafe Mox Jember Tahun 2020

No	Bulan	Pendapatan (Rp)	Persentase
1	Januari	12.504.000;	-
2	Februari	11.875.000;	-5.3%
3	Maret	12.750.000;	6.9%
4	April	15.450.000;	17.5%
5	Mei	15.125.000;	-2.1%
6	Juni	15.300.000;	1.1%
7	Juli	16.485.000;	7.2%
8	Agustus	17.130.000;	3.8%
9	September	18.480.000;	7.3%
10	Oktober	20.790.000;	11.1%
11	November	21.980.000;	5.4%
12	Desember	26.425.000;	16.8%

Sumber: Mox Cafe tahun 2021, data diolah

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa pendapatan Mox Cafe Jember masih fluktuatif (naik turun). Pada bulan Januari pendapatan Mox Cafe Jember sebesar Rp ,12.50.000. Bulan Februari pendapatan Mox Cafe Jember mengali penurun sebesar 5.3% menjadi Rp 11.875.000 dan pada bulan Maret sebesar Rp 12.750.000, mengalami peningkatan sebesar 6.9%. Keadan ini juga terjadi paa bulan April dengan peningkatan pendapatan sebesar 17.5% sebesar Rp 15.450.000. Pada bulan Mei terjadi penuruna pendapatan dari Mox Cafe sebesar 2.1%, namun pada bulan Juni sampai dengan Desember cenderung mengalami

peningkatan dengan persentase yang beragam. Fakta ini berkaitan dengan beragam social pemerintah berkaitan dengan upaya memutus mata rantai virus corona.

Mengacu pada pemaparan di atas maka penulis tertarik mengambil judul tentang Pengaruh Suasana cafe, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mox Cafe

1.2 Rumusan Masalah

Melihat situasi sekarang ini, di mana perilaku konsumen mulai berubah secara drastik. Perhatian pelaku usaha sudah mulai berorientasi terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan kunci sukses sebuah bisnis. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. Mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang dan menjadi promotor bagi produk, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan melalui metode word of mouth. Saat ini konsumen telah dihadapkan dengan banyak perusahaan yang sejenis, harga yang bersaing dan produk yang hamper mirip. Kondisi ini akan menentukan keberlangsungan usaha. Maka kepuasan menjadi kunci sentral dalam membangun hubungan dengan konsumen agar dapat bersaing dan bertahan ditengah maraknya persaingan bisnis. Mengingat isu-isu yang disebutkan di atas dan temuan dari studi sebelumnya, diperlukan studi yang lebih komprehensif untuk menghasilkan berbagai hasil yang variatif. Maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah suasana cafe berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Mox Cafe?
- b. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Mox Cafe?
- c. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Mox Cafe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh signifikan suasana cafe terhadap Kepuasan Konsumen Mox Cafe
2. Menguji dan menganalisis pengaruh signifikan keragaman produk terhadap Kepuasan Konsumen Mox Cafe
3. Menguji dan menganalisis pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Mox Cafe

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan menjadi sebagai bahan pertimbangan dalam pemasaran produk khususnya tentang kepuasan konsumen.
2. Bagi Akademis dan Peneliti diharapkan sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya terkait dengan manajemen pemasaran khususnya tentang penetapan strategi pemasaran