

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis merupakan salah satu mata pencaharian yang terbilang cukup menjajikan dan hingga saat ini menagalami perkembangan yang begitu pesat serta semakin kompetitif, para pembisnis harus terus mengikuti perkembangan zaman dengan selalu berorientasi kepada sesuatu yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Salah satu bidang bisnis yang cukup menjanjikan adalah di bidang kuliner yang menjual berbagai macam makanan dan minuman.

Coffe shop merupakan bisnis dibidang kuliner yang beberapa tahun kebelakang menjadi bisnis yang tumbuh dan berkembang dengan pesat diberbagai kota besar yang ada di Indonesia, salah satunya adalah kota Bandung. Dengan berkembangnya *trend* dari generasi muda yang gemar berkumpul untuk saling berkomunikasi dan menikmati kopi membuat bisnis *coffe shop* menjamur dikota Bandung. Seiring berjalannya waktu *coffe shop* tidak hanya digunakan untuk sekedar berkumpul dan menikmati kopi saja, namun digunakan sebagai tempat rapat dengan klien ataupun tempat untuk acara-acara lainnya, maka dari itu para pembisnis *coffe shop* melakukan banyak perubahan pada fasilitas yang disediakan, seperti menambahkn jaringan internet, aliran listrik dan lain sebagainya agar para konsumen dapat merasa nyaman serta terus melakukan pembelian. Kecamatan Cicendo merupakan salah satu daerah dikota Bandung yang didaerah tersebut banyak berdiri usaha *coffe shop*, berdasarkan data hasil pra survey yag telah dilakukan terdapat 6 usaha *coffe shop* .

Tabel 1. 1
Daftar Coffe Shop di Kecamatan Cicendo

No	Nama Coffe Shop	Alamat
1.	Anakara Coffe	Jl. Cicendo, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
2.	For Get Me Not Coffe	Jl. Mahmud No.20, Pamoyanan, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40173
3.	Loko Coffe Shop Bandung	Jl. Kebon Kawung No.43, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
4.	Teman Lama Coffe Shop	Jl. Bima No.80, Arjuna, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40172
5.	Meru Coffee	Jl. Dr. Otten No.1, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
6.	Kopi Pelatih	Jl. Pajajaran, Pajajaran, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171

Sumber : Manager Coffe Shop For Get Me Not

Para pembisnis harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan pebisnis harus terus berinovasi, meningkat mutu produk serta memberikan pelayanan yang optimal agar konsumen tertarik dan terus bertahan menggunakan atau mengkonsumsi produk yang ditawarkan, bagian terpenting adalah konsumen dapat merasakan kepuasan secara pribadi setelah mengonsumsi suatu produk.

Pelanggan yang merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan pelanggan yang tidak puas pelanggan tersebut akan lebih memilih untuk

mencari informasi pihak penyedia produk atau jasa lain yang sejenis yang dibutuhkannya lalu kemudian mereka lebih memilih untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut yang dianggap lebih mampu memenuhi kepuasan keinginan mereka dan meninggalkan produk atau jasa yang lama sebelumnya.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah faktor kualitas pelayanan dan harga. Apabila kualitas pelayanannya baik, maka dapat mempertahankan konsumen yang ada, menambah konsumen yang baru dan menghindari berpindahnya konsumen, secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terpenuhi.

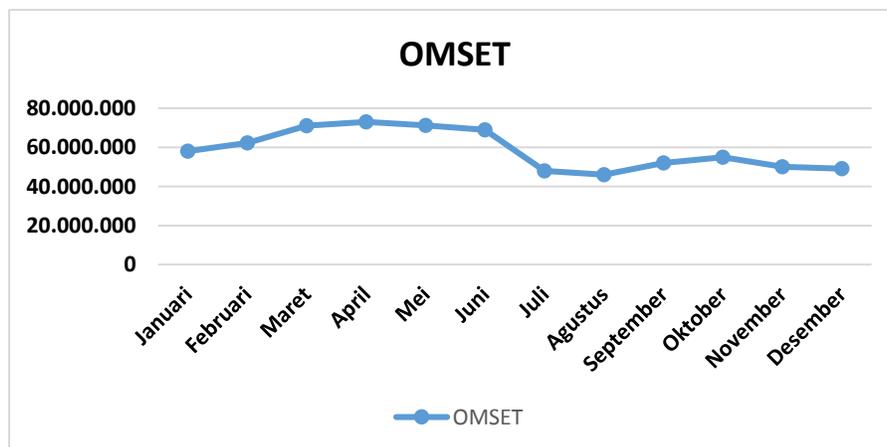
Kualitas pelayanan yang dialokasikan perusahaan kepada pelanggan merupakan hal yang sangat penting mengingat agar pelanggan membeli produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan maupun calon pelanggan. Kualitas pelayanan yang bagus akan menentukan sikap konsumen dalam menilai, memutuskan serta memberikan kesan terhadap pelayanan yang diberikan (**Wahab : 2017**). Hal ini sangat penting dalam proses kepuasan konsumen karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor penting dalam penjualan dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan pendapatan konsumen, karena bagi konsumen harga merupakan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Seperti yang diungkap oleh

Buchari Alma (2021:171) bahwa harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang dan senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran.

For Get Me Not merupakan sebuah *coffe shop* yang berdiri di daerah Cicendo yang terbentuk pada tahun 2016 awal yang menjual berbagai jenis minuman yang berbahan baku dari hingga sekarang. *Coffe shop For Get Me Not* beralamatkan di Jl. Mahmud No.20, Pamoyanan, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40173.

Adapun beberapa masalah yang sedang dihadapi oleh *coffe shop For get Me Not* yang berdampak kepada kepuasan pelanggan. Salah satu masalah yang dihadapi adalah penjualan *coffe shop For Get Me Not* mengalami penurunan pada bulan Agustus tahun 2021. Hal ini menggambarkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap *Coffe Shop For Get Me Not* sehingga mempengaruhi pada omset yang didapatkan. Berikut ini gambar grafik omset *Coffe Shop For Get Me Not* selama tahun 2021.



Gambar 1. 1 Data Penjualan Tahun 2021

Sumber: Coffe Shop For Get Me Not

Selain dari pada omset penjualan yang menurun beberapa masalah lainya pun mulai diketahui oleh *owner* melalui evaluasi dengan melihat secara langsung kondisi dilapangan serta berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Diasumsikan penurunan terjadi dikarenakan kurangnya pelayanan dan penawaran harga kepada konsumen yang dinilai mahal yang mengakibatkan omset penjualan yang menurun.

Berdasarkan observasi awal dari keluhan yang disampaikan oleh konsumen mengenai kualitas pelayanan dan harga di *Coffe shop for get me not* sehingga ditemukan beberapa masalah yang diindikasi menjadi penyebab turunnya omset di *Coffe shop For get me not*. Konsumen mengeluhkan tentang kualitas pelayanan yang kurang maksimal, pelayanan yang lambat kepada konsumen, tempat yang kurang nyaman seperti *lay out* dan tampilan *interior* yang kurang menarik, fasilitas yang kurang seperti AC, Kamera CCTV dan kursi dan meja yang tidak memadai, serta gedung dan area parkir yang dinilai cukup sempit dan kurang strategis dan harga yang relatif dinilai tergolong mahal, berbeda dengan *coffe shop* lainnya.

Selain dari pada kualitas pelayanan, faktor lain yang dikeluhkan konsumen adalah harga minuman yang terbilang cukup mahal sehingga mempengaruhi omset penjualan dan kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi penentu kepuasan bagi konsumen terhadap suatu produk maupun jasa, sesuai dengan hasil penelitian (**Rosy Megawati : 2019**) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga di *Coffe shop For Get Me Not* terbilang cukup mahal bilang dibandingkan dengan *Coffe shop* sejenis dengan *Coffe shop for Get Me Not*.

Coffe shop Meru Coffe dijadikan bahan perbandingan dikarenakan *coffe shop* tersebut berada di posisi yang paling dekat dengan lokasi *Coffe shop for Get Me Not* serta pengunjung yang ramai setiap harinya dan berdasarkan hasil survey lapangan kondisi gedung dan fasilitas yang disediakan tidak jauh berbeda dengan *Coffe shop for Get Me Not*. Berikut tabel perbandingan harga antara *Coffe shop for Get Me Not* dengan *Coffe shop Meru Coffe* :

Tabel 1. 2
Perbandingan Harga Coffe Shop

NO	Menu	For Get Me Not	Meru Coffe
1	<i>Espresso</i>	20.000	15.000
2	<i>Americano</i>	20.000	15.000
3	<i>Cappucino</i>	28.000	22.000
4	<i>Latte</i>	28.000	22.000
5	<i>Matcha</i>	30.000	25.000
6	<i>Chocholate</i>	30.000	25.000
7	<i>Charcoal</i>	30.000	25.000
8	<i>Manual brue</i>	30.000	22.000
9	Kopi susu gula aren	25.000	18.000
10	<i>Red Velvet</i>	30.000	25.000

Sumber : Survey awal penelitian

Berdasarkan tabel diatas, diasumsikan penurunan pendapatan yang dialami *coffe shop for get me not* dalam kurun waktu kurang lebih satu tahun terakhir tersebut diperkirakan adanya ketidakpuasaan konsumen. Adapun hasil untuk mengetahui mengapa terjadi penurunan yang signifikan pada *coffe shop For Get Me Not*, peneliti

melakukan pra penelitian dengan menyebarkan kuesioner terhadap 20 orang konsumen *coffe shop For Get Me Not*. Berikut hasil jawaban yang diberikan konsumen *coffe shop For Get Me Not*.

Tabel 1. 3
Kuesioner Pra Penelitian Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	Kategori		Presentase		Target	Jumlah Responden
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju		
Kualitas Pelayanan (X1)							
1.	Fasilitas yang disediakan <i>coffe shop For get me not</i> dapat memberi rasa nyaman seperti wifi, ac, tempat duduk yang nyaman serta <i>lay out</i> yang bagus dan menarik.	7	13	35%	65%	100%	20
2.	Karyawan <i>coffe shop For get me not</i> cepat tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen.	8	12	40%	60%	100%	20
3.	Karyawan <i>coffe shop For get me not</i> sangat ramah, sabar, dan bersikap sopan ketika melayani konsumen yang sedang melakukan transaksi.	6	14	30%	70%	100%	20
4.	Gedung <i>coffe shop For get me not</i> bersih dan rapih serta dilengkapi dengan <i>CCTV</i> , sarana dan prasarana serta peralatan yang memadai dan mendukung operasional <i>coffe shop</i> .	2	18	10%	90%	100%	20

No.	Pernyataan	Kategori		Presentase		Target	Jumlah Responden
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju		
	Σ Rata-rata				29%	71%	
Harga (X2)							
1.	Harga minuman di <i>coffe shop For get me not</i> sangat terjangkau bagi konsumen	6	14	30%	70%	100%	20
2.	Harga minuman yang diberikan oleh <i>coffe shop For get me not</i> sesuai dengan porsi yang disajikan	11	9	55%	45%	100%	20
3.	Harga <i>coffe shop For get me not</i> sesuai dengan manfaat yang disajikan	5	15	25%	75%	100%	20
	Σ Rata-rata				37%	63%	
Kepuasan Konsumen (Y)							
1.	Saya akan membeli lagi produk yang ada di <i>coffe shop For Get Me not</i>	9	11	45%	55%	100%	20
2.	Saya akan merekomendasikan <i>coffe shop For Get Me Not</i> kepada rekan dan kerabat saya	4	16	20%	80%	100%	20
	Σ Rata-rata				33%	67%	

Sumber : Hasil survey Kuesioner Pra Penelitian

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, Hasil pra penelitian dari kuesioner tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga yang diterapkan oleh *coffe shop For*

Get Me Not masih belum optimal. Dalam hal fasilitas parkir yang nyaman dan luas sebanyak 18 orang dari 20 orang menjawab tidak setuju, hal ini disebabkan lahan parkir yang dimiliki *coffe shop For Get Me Not* tidak cukup luas serta jika ramai konsumen yang datang, konsumen merasa kesulitan untuk memarkir kendaraannya, dalam hal akan merekomendasikan kepada rekan dan kerabat sebanyak 16 orang dari 20 orang menjawab tidak setuju hal ini dikarenakan fasilitas seperti lahan parkir dan fasilitas penunjang lainnya kurang memadai serta cita rasa kopi yang berada dibawah standar, harga minuman sesuai dengan manfaat yang disajikan sebanyak 15 orang dari 20 orang menjawab tidak setuju hal ini dikarenakan cita rasa kopi masih diberada dibawah standar, harga minuman yang sangat terjangkau bagi konsumen sebanyak 14 orang dari 20 orang menjawab tidak setuju hal ini dikarenakan harga yang diberikan *coffe shop For Get Me Not* cukup mahal serta memiliki perbedaan dengan *coffe shop* yang berada di sekitarnya, fasilitas yang diberikan memberikan rasa nyaman sebanyak 13 orang dari 20 orang menjawab tidak setuju dikarenakan fasilitas yang diberikan atau disediakan masih belum optimal seperti tidak adanya AC dan kamera CCTV , karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen sebanyak 12 orang dari 20 orang menjawab tidak setuju hal ini dikarenakan karyawan yang kurang cepat atau sigap dalam merespon hal yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Fenomena tersebut mengindikasikan terdapat permasalahan yang cukup serius yang perlu ditangani dan diperlukan solusi yang cepat, tepat dan efisien. Berdasarkan pada aspek yang ditanya pada pernyataan diatas mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang buruk merupakan masalah yang sedang dihadapi oleh perusahaan

misalnya fasilitas yang disediakan kurang nyaman bagi pelanggan, kurang cepatnya karyawan dalam mengatasi keluhan dari pelanggan, area parkir yang dilinai kurang luas dan nyaman serta karyawan dinilai kurang ramah dan sopan kepada pelanggan yang dibuktikan dengan hasil pra penelitian yang mengungkap bahwa pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

Selain itu faktor harga juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana harga yang ditawarkan tidak cukup terjangkau dan Ketidaksesuaian harga dengan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan membuat pelanggan menjadi kurang puas yang membuat pelanggan tidak mau melakukan pembelian kembali serta merekomendasikan kepada teman atau orang lain. Dibuktikan dengan hasil pra penelitian yang menunjukkan banyaknya respon negative dari berbagai pernyataan yang diajukan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil pemaparan dan fenomena yang telah dijabarkan diatas maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di *Coffe Shop For Get Me Not Bandung*”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi oleh pihak *Coffe shop For Get Me Not* adalah sebagai berikut :

1. Tingkat persaingan bisnis dalam bidang kuliner khususnya *coffe shop* yang semakin meningkat menuntut peningkatan daya saing perusahaan yang semakin tinggi, khususnya dibidang pemasaran..
2. Kepuasan pelanggan merupakan kunci yang harus dijaga, namun sangat sulit untuk mewujudkan dan mempertahankannya
3. Hasil Pra penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan masalah yang dihadapi oleh *Coffe shop For Get Me Not* yang disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya :
 - 1) kualitas pelayanan yang buruk seperti fasilitas yang disediakan kurang nyaman bagi pelanggan, kurang cepatnya karyawan dalam mengatasi keluhan dari pelanggan, area parkir yang dilinai kurang luas dan nyaman serta karyawan dinilai kurang ramah dan sopan kepada pelanggan
 - 2) Harga yang dinilai tidak sesuai menurut konsumen misalnya harga yang ditawarkan tidak cukup terjangkau dan Ketidaksesuaian harga dengan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan
 - 3) Kepuasan konsumen yang rendah yang disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan dan harga yang tidak sesuai.

1.3 Pembatasan Masalah

Memperhatikan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah penelitian agar penelitian dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam, peneliti membatasi masalah penelitian pada :

1. Variabel penelitian ini hanya meneliti tentang Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen
2. Unit analisa penelitian ini adalah konsumen *Coffe Shop For Get Me Not Bandung*.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen *coffe shop For Get Me Not Bandung* ?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen *coffe shop For Get Me Not Bandung* ?
3. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen *coffe shop For Get Me Not Bandung* ?
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap kepuasan Konsumen *coffe shop For Get Me Not Bandung* ?

1.5 Maksud dan Tujuan

1.5.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mempeoleh data dan fenomena tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga sebagi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pendidikan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanggga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk :

1. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen *Coffe Shop For Get Me Not Bandung*.
2. Mengetahui, Mendeskripsikan, dan Menganalisis, besarnya pengaruh, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Coffe Shop For Get Me Not Bandung*.
3. Mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Coffe Shop For Get Me Not Bandung*.
4. Mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada *coffe shop For Get Me Not*.

1.6 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri, tetapi tulisan ini juga berguna bagi para pembacanya secara langsung maupun tidak langsung.

1.6.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkaya wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang Pendidikan, khususnya program studi manajamen dibidang manajemen pemasaran tentang kualitas pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen, Diharapkan penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang bersangkutan.

1.6.2 Manfaat Praktis

A. Bagi Peneliti

1. Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan khususnya, mengenai Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen.
2. Sebagai alat untuk mengimplementasikan teori-teori yang didapat selama perkuliahan.

B. Bagi Perusahaan

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan agar mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi pihak *Coffe Shop For Get Me Not* dalam pengambilan keputusan guna memperhatikan pelayanan serta harga dalam menjalankan bisnis *coffe shop*.

C. Bagi Pihak Lain

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu Manajemen Pemasaran.
2. Diharapkan dapat dijadikan sarana informasi bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian di bidang yang sama.

1.7 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dimana penulis akan melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang dipergunakan untuk penulisan skripsi ini adalah di

Coffe shop For Get Me Not di Jl. Mahmud No.20, Pamoyanan, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40173.

Tabel 1. 4
Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan															
		Des 2021			Feb 2022			Jun 2022			Jul 2022			Agu 2022			
1.	Pengajuan Judul	■															
2.	Peneliti Pendahuluan	■	■	■													
3.	Penulisan Usulan Penelitian				■	■	■										
4.	Seminar Proposal							■	■	■							
5.	Pengolahan Data							■	■	■							
6.	Penulisan Laporan Penelitain										■	■					
7.	Sidang															■	

Sumber: Data diolah 2022