

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat di Indonesia memiliki sifat konsumtif tergolong tinggi. Deputi Gubernur Bank Indonesia Dody Budi Waluyo yang menyatakan bahwa konsumsi masyarakat cukup tinggi sesuai dengan parameter konsumsi – Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) yang meningkat 127,9 poin terdiri dari investasi dan konsumsi (Fika Nurul Ulya, Kompas.com, 29 Maret 2019). Hal ini menjadi peluang bagi pengusaha untuk membuka usaha guna memuaskan kebutuhan masyarakat. Salah satunya yaitu maraknya gerai kopi yang bermunculan. Usaha Gerai Kopi dianggap menjadi usaha yang menjanjikan. Berdasarkan pusat data dan sistem informasi pertanian, konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai 250.000 ton dan tumbuh 10,54 % menjadi 276.000 ton. Dengan naiknya konsumsi kopi berarti minat beli masyarakat tinggi, hal ini didukung dengan hasil riset yang dilakukan Toffin dan majalah MIX Mar Comm terlihat adanya kenaikan jumlah kedai kopi di Indonesia setiap tahunnya, hingga pada Agustus 2019 kedai kopi di Indonesia sudah mencapai 2.950 gerai (Danang Sugianto, detikfinance, 17 desember 2019).

Maraknya gerai kopi di Indonesia membuat persaingan kian sengit, persaingan yang sangat sengit ini menuntut para pengusaha untuk mampu memaksimalkan kinerjanya agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Para

pengusaha harus berusaha keras agar mampu mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Menurut Kotler dan Amstrong (2001) Pemahaman akan kebutuhan, keinginan serta permintaan konsumen dapat memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran guna terciptanya kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa terdapat 4 komponen dalam menciptakan strategi yaitu, Produk (*product*), Harga (*price*), Distribusi (*Place*), dan Promosi (*promotion*). Dengan persaingan usaha yang semakin ketat membuat pengusaha berfikir kreatif, inovatif untuk menciptakan kepuasan konsumen sehingga dapat bersaing memperebutkan dan mempertahankan konsumen.

Berdasarkan pendapat Tse and Wilton (1988) dalam Tjiptono (1999) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan respon yang dikeluarkan konsumen akibat dari ketidaksesuaian yang dirasakan antara apa yang diharapkannya dengan kinerja actual produk yang bersangkutan. Engel, Blackwell and Miniart (1990) dalam Tjiptono (1999) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dapat diartika sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternative yang dipilih setidaknya memenuhi atau bahkan melebihi apa yang telah diharapkan oleh konsumen. Menurut Margaretha, (2004). Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa tertentu yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman tersebut, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut kemudian akan memberikan

dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap 3 kompetitor dari produk ataupun jasa yang dirasakannya.

Dari uraian di atas maka peneliti berpendapat layak untuk melakukan penelitian dengan dengan judul : **“PENGARUH KENYAMANAN TEMPAT, HARGA, VARIAN PRODUK, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah pada beberapa studi literatur sebelumnya yaitu belum adanya riset yang koheren menyangkut pengaruh kenyamanan tempat, harga, varian rasa, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Oleh karena itu, rumusan masalah yang akan diangkat peneliti :

1. Apakah variabel kenyamanan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah variabel varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ?
4. Apakah variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ?
5. Apakah secara simultan variabel kenyamanan tempat, variabel harga, variabel varian produk dan variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kenyamanan tempat terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel varian produk terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel kenyamanan tempat, variabel harga, variabel varian produk, dan variabel pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan bermanfaat bagi :

1. Bagi Praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk Gerai kopi kekinian dalam memberikan peningkatan kepuasan konsumen kopi kekinian dan mengetahui pengaruh kenyamanan tempat, harga, varian produk, dan pelayanan dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen.

2. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai referensi untuk mengetahui tentang peningkatan kepuasan konsumen dan mengetahui pengaruh kenyamanan tempat, harga, varian produk, dan pelayanan dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen.

3. Bagi Penulis

Sebagai alat untuk mempraktikkan teori - teori yang telah diperoleh selama menempuh bangku perkuliahan sehingga dapat menamahi pengetahuan mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang dimiliki dalam mengkaji suatu masalah yang ada di lapangan sesuai dengan ilmu yang dipelajari dan menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap - tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian. serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang sejarah singkat objek penelitian, karakteristik responden, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran - saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.