

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kopi merupakan salah satu jenis minuman global yang dicintai oleh sebagian besar umat manusia dan memang sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Kopi sangat mudah ditemukan, mulai dari warung pinggir jalan, *coffee shop*, maupun hotel berbintang menyediakan minuman kopi dengan variasi jenis dan harga yang berbeda.

Dari tahun ke tahun, perkembangan kedai kopi semakin banyak mengalami peningkatan. di samping perjalanan teknologi yang terus berkembang, pemanfaatannya sebagai sarana *feedback* antara pelanggan dan pemilik kedai kopi, menjadi titik terang berkelangsungan bisnis kedai kopi dengan memanfaatkan peluang yang ada pasti akan membuat kedai kopi mendatangkan pemasukan, namun demikian bukan berarti tidak ada tantangan ketika menjalankannya. Kedai kopi secara umum masih menggunakan strategi konvensional, dimana orang yang datang pesan kopi kopi dari sini, kedai kopi pasti akan berfikir keras menawarkan suasana yang tidak hanya nyaman tetapi memiliki konsep yang khas, untuk mengambil daya tarik pengunjung. Ada yang memiliki konsep minimalis pada dekorasi kedai kopinya, ada juga yang menggunakan konsep sajian dengan menggabungkan makanan yang dapat meningkatkan karakter rasa kopi, dengan sering dikenal dengan sebutan *coffee pairing*, dan banyak lagi konsep yang diterapkan memiliki kedai kopi, yang harapannya bisa membantu. Konsistensi menyajikan kopi *speciality*, karena beberapa yang awalnya memulai bisnis kedai kopi perlahan malah fokus menjadi *cafe*.

Coffee shop di Indonesia bisa disebut warung kopi atau *Coffee, Coffee shop* mulai hadir ditengah-tengah kita, mulai di plosok desa, hingga dipusat perkotaan, menikmati kopi saat ini menjadi hal yang sudah biasa ada di kota-kota besar. Terlebih menikmati kopi di kedai-kedai atau *coffee shop* yang ada di sekitar pemukiman penduduk maupun yang berada jauh dari pemukiman

penduduk, dengan meningkatnya konsumsi kopi yang ada pada masyarakat dewasa ini berdampak terhadap persaingan kedai-kedai atau *coffee shop* yang memang menjual kopi untuk memenuhi kebutuhan konsumen kopi yang semakin beragam. Pemilik kedai-kedai atau *coffee shop* akhirnya dituntut untuk selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap kedai-kedai atau *coffee shop* tersebut. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2011).

Coffee Teman Dekat, adalah salah satu *coffee shop*, yang berukuran tidak terlalu besar tetapi ramai dikunjungi pelanggannya. Hal ini menarik perhatian mengingat letaknya bukan berada di lokasi yang strategis di jalan Kolonel Arifn Sukadana ilir Lampung Timur. Lokasinya cenderung didaerah pinggir kota Sukadana, sebelah utara dari jalan utama Jalan Lintas Timur Sumatra *Coffee shop* tersebut diberi nama "*Coffee Teman Dekat*".

Kualitas produk yang dijual harus dijaga untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Hal tersebut mutlak dilakukan oleh pemilik usaha yang sedang dikelola. Jika sebuah usaha akan bertahan hidup, maka haruslah memikirkan cara efektif agar dapat bersaing. Salah satu cara adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan maupun produk yang dikelola, dengan adanya perubahan gaya hidup konsumen inilah yang mendorong pemilik *Coffee Teman Dekat* Sukadana Lamtim membuka *coffee shop* yang menawarkan kesan santai, tenang, dan nyaman dengan berkumpulnya konsumen dengan teman ataupun relasinya atau hanya sekedar ingin bersantai menikmati kopi yang ingin disajikan. Lokasi yang ingin dipilih pun strategis yaitu di kawasan jalan Kolonel Arifin Sukadana ilir Lampung Timur.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang erat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Ririn Tri Ratnasari (2011:107)

dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan pihak yang merasakan dampak langsung dari suatu produk ,sehingga produk yang dihasilkan harus dapat memenuhi kepuasan konsumen . seperti yang telah dipaparkan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) “ Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan “. Dikutip dari pernyataan diatas kepuasan konsumen dapat tercapai apabila produk atau jasa yang berkualitas mampu memenuhi harapan konsumen. Berikut penulis juga lampirkan data penjualan coffe Teman Dekat.

Tabel 1. Data Pembeli Coffee Teman Dekat

NO	Bulan	Pembeli
1	Januari	900 Cup
2	Februari	780 Cup
3	Maret	750 Cup
4	April	870 Cup
5	Mei	630 Cup
6	Juni	840 Cup
7	Juli	660 Cup
8	Agustus	690 Cup
9	September	810 Cup
10	Oktober	720 Cup
11	November	930 Cup
12	Desember	810 Cup
Total Jumlah		9390

Sumber : Coffe Teman Dekat, 2018

Pada table diatas dilihat bahwa jumlah konsumen mengalami fluktuasi setiap bulannya. Dengan Rata-rata konsumen yang membeli 25 Orang setiap harinya, dari bulan Januari sampai dengan Desember.

Pelanggan yang datang ke *Caffe* pada umumnya para pencinta kopi, ada kalangan yang berasal dari kalangan pelajar, mahasiswa, orang tua yang sekedar ingin bermain bersama teman-teman dan menikmati kopi sambil bersantai. Dan ada pula pelanggan yang berasal dari kalangan pebisnis yang ingin menikmati kopi kopi sambil melaksanakan meeting.

Berkaitan dengan kenyataan yang di kemukakan diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai pengaruh Kualitas Produk dan pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen. Penulis akan mengkaji masalah tersebut dengan mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN BARISTA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *COFFEE* TEMAN DEKAT SUKADANA LAMPUNG TIMUR”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang penulis kemukakan kemudian permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Coffee* Teman Dekat Sukadana tahun 2019?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen *Coffee* Teman Dekat Sukadana tahun 2019?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen *Coffee* Teman Dekat Sukadana tahun 2019?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Coffee* Teman Dekat Sukadana Lampung Timur tahun 2019.

2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen *Coffee Teman Dekat* Sukadana Lampung Timur tahun 2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan Barista terhadap kepuasan konsumen *Coffee Teman Dekat* Sukadana Lampung Timur Tahun 2019.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

- a) Penelitian ini digunakan untuk memenuhi tugas akhir skripsi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Metro
- b) Dengan penelitian dapat mengetahui secara langsung pada obyek yang diteliti di dalam hubungan dengan pengetahuan yang diperoleh selama di bangku kuliah sehingga pengetahuannya dapat diterapkan dalam keadaan kongkrit(nyata)

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan yang mungkin berguna bagi perkembangan usaha yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Barista terhadap kepuasan konsumen secara maksimal.

3. Manfaat Bagi Akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang lebih banyak dan bahan tambahan bacaan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen sebagai tambahan kajian di bidang manajemen pemasaran.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan jelas sebelum penelitian melangkah mengumpulkan data.

Asumsi pada penelitian pada Coffe Teman Dekat Sukadana Lampung Timur menyatakan bahwa yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Coffe Teman Dekat Sukadana Lampung Timur adalah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan Barista

F. Ruang Lingkup Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi variabel bebas.

Adapun variabel bebas (independent) pada penelitian ini adalah:

1. Kualitas Produk (X1)
2. Kualitas Pelayanan Barista (X2)

Sedangkan untuk variabel terikat (dependent) pada penelitian ini adalah :

4. Kepuasan Konsumen (Y)