

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin maju, membawa dampak yang signifikan pada dunia usaha sekarang. Dari usaha yang skalanya kecil sampai usaha yang skalanya besar. Hal tersebut dapat menjadi tantangan untuk para pengusaha supaya tetap menunjukkan kinerjanya dalam menghadapi persaingan, dimana perusahaan yang mampu berinovasi dan mengikuti perkembangan jaman yang akan unggul dalam persaingan. Salah satu bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis kuliner.

Sering kita jumpai bisnis yang paling ramai di dapati oleh kasat mata yaitu bisnis café yang saling berhimpitan satu sama lain lokasinya. Adapun beberapa layanan dari fasilitas cafe yang tersedia yaitu seperti keamanan dan kenyamanan, karyawan yang sopan, dan tata ruang café yang didesain agar membuat nyaman pengunjung. Pengunjung akan merasa puas apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang sesuai harapan mereka agar mampu menjadi pelanggan tetap untuk jangka panjang nantinya

Dalam penelitian ini obyek yang diambil yaitu cafe Its Milk. Bisnis ini mengembangkan suatu produk olahan susu sapi murni. Menu utama dari cafe Its Milk sendiri yaitu produk susu yang memakai susu sapi murni asli Indonesia

dengan berbagai varian rasa buah seperti rasa *bluberry*, *strawberry*, jambu, alpukat, dan mangga. Selain itu, menyediakan rasa lain yaitu *It's Mocca Milk*, *Capucinno Milk*, *It's Chocolate Milk*, dan *Vanilla Milk* dan menu makanan lainnya. Sebuah layanan yang berkualitas merupakan hal yang diharapkan setiap konsumen, terutama pada konsep yang menarik atau instagramable dan lokasi yang nyaman serta harga yang terjangkau.

Permasalahan yang terjadi pada Cafe Its Milk adalah menu yang ditawarkan lebih condong pada susu, tidak adanya macam varian coffee seperti kopi gula aren yang sedang *trend* saat ini, dan konsep yang cukup berbeda dengan cafe yang menu utamanya kopi serta segment yang dimiliki Cafe Its Milk sangatlah segemented yang hanya pecinta susu saja yang berkunjung pada Cafe Its Milk, sedangkan banyak orang-orang atau anak muda yang menyukai kopi sehingga pengunjung cafe its milk sudah tau apa yang di pesan oleh para pengunjung cafe its milk, seharusnya cafe its milk dapat lebih peka akan pasar yang sedang terjadi saat ini sehingga dapat menambah menu atau konsep yang di tawarkan di Cafe Its Milk sehingga dapat marup segmen pasar yang lebih luas.

Kualitas produk merupakan kesesuaian dari penggunaan sebuah produk (*fitness for use*) guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Ciri produk dan karakteristik merupakan hal utama dalam terenuhinya tuntutan pelanggan bahkan tidak mempunyai kelemahan. Dari kualitas produk tersebut

kepuasan pelanggan bisa dicapai. Menurut (Juran dalam M.N Nasution, 2001). Penelitian yang dilakukan Montung, Sepang & Adare (2015) dan Sugita & Agustin (2017) mengemukakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Persepsi harga merupakan suatu informasi harga yang dimengerti oleh konsumen. konsumen dapat membandingkan harga dengan kisaran atas harga yang konsumen bayangkan dari produk itu. Harga sebagai acuan untuk dilakukannya perbandingan dinyatakan harga acuan internal. Harga acuan internal merupakan harga yang pantas oleh konsumen, secara historis harga yang dibayangkan oleh konsumen adalah tinggi atau rendahnya suatu harga pasar. Harga acuan internal sebagai panduan guna mengevaluasi harga yang tertera bisa diterima oleh konsumen (Peter & Olson 2008). Penelitian yang dilakukan Harjati dan Venesia (2015) dan Salamah dan Tjahjaningsih (2018) mengemukakan Persepsi Harga memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan Sulistiyanto, Soliha (2015) mengemukakan Persepsi Harga tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Lokasi merupakan suatu ilmu pengetahuan yang memahami letak tata ruang (*spatial order*), alokasi geografis, kegiatan ekonomi dari berbagai sumber potensial, dan hubungan atau pengaruhnya terhadap keberadaan usaha atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Menurut Tjiptono (2008). Penelitian yang dilakukan Haromain & Suprihhadi (2016) dan Gunawan & Kartika (2018)

mengemukakan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan situasi yang kognitif oleh konsumen berkaitan dengan selaras atau ketidak selarasan antara hasil yang didapat terhadap pengorbanan yang dilakukan. Suatu perusahaan akan memberikan kualitas pelayanan dengan baik supaya menciptakan kepuasan bagi pengunjung atau pelanggannya. Bagi setiap pemimpin pada perusahaan harus mengerti dan memahami betul apa yang diinginkan serta diharapkan pelanggannya untuk terciptanya kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kepuasan yang diperoleh maka semakin loyal pelanggan terhadap jasa yang dibeli atau dipakainya. (Tjiptono, 2014:353)

Berdasarkan temuan tersebut, penulis memiliki ketertarikan guna membuat penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe It’s Milk Semarang”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe Its milk?
2. Apakah persepsi harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe Its milk?
3. Apakah lokasi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe

Its milk?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah di atas, untuk mengetahui kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dibatasi ada pengaruh kepuasan pelanggan berdasarkan variabel-variabel yang terkait. Oleh karena itu, masalah dalam penelitian diteliti dan dibatasi sebagai contoh berikut:

Batasan Responden : Responden dibatasi oleh pelanggan Caafe Its Milk

Batasan Waktu : Informasi serta data dalam keperluan penelitian ini adalah informasi dan data dalam kurun waktu penelitian yaitu Bulan Desember 2020 sampai dengan Bulan Februari 2021.

Batasan Variabel : Variabel kepuasan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Cafe Its Milk
2. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Cafe Its Milk
3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Cafe Its Milk

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi Cafe Its Milk agar dapat mengevaluasi diri dan selanjutnya dapat meningkatkan kualitas layanan yang dihasilkan agar dapat lebih diterima oleh customer yang kemudian dapat berimplikasi pada peningkatan volume penjualan produk. Selain itu agar konsumen diharapkan mau melakukan pembelian ulang terhadap produk di Cafe Its Milk.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan dalam pengembangan ilmu terutama yang berhubungan dengan manajemen pemasaran. Khususnya mengenai kualitas layanan, persepsi harga, lokasi, dan persepsi harga pada pelanggan cafe its milk Semarang.