

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Berkembangnya pola dan gaya hidup dari masyarakat pada saat ini, semakin banyak kebutuhan dalam beraktivitas yang dapat memberikan dampak yang sangat besar bagi para pelaku bisnis. Banyaknya masyarakat yang sering berbincang, bertatap muka dan bersantai. Salah satu tempat yang sering dikunjungi yaitu *cafe*. *Cafe* adalah tempat dimana menyediakan banyak variasi makanan atau minuman yang enak, tempat untuk bersantai, bekerja, dan bertemu dengan teman atau keluarga.

Banyaknya *cafe coffe* yang berada di Weleri mulai dari kecil hinggan yang besar membuat persaingan bisnis semakin ketat. Dengan memanfaatkan informasi dan teknologi masa kini yang canggih maka *cafe coffe* berkembang sangat pesat. Pelaku bisnis menggunakan banyak strategi untuk mempertahankan para pelanggan dengan memperhatikan kualitas produk, persepsi harga dan lokasi yang strategis dengan inovasi dan improvisasi terhadap bisnisnya.

Terdapat banyak *cafe coffe* yang berada di Weleri. Salah satunya yaitu Walet Koffie Weleri. Walet Koffie Weleri berada di

Jalan Ar Rahmah, Weleri, Jawa Tengah yang sudah berdiri selama 3 tahun lamanya. Pemilik cafe coffee ini sangat memanfaatkan keindahan sekitar dikarenakan bangun Walet Koffie Weleri berada di tengah persawahan, memiliki nuansa yang baru dan berbeda dari yang lainnya yang dapat memberikan kenyamanan untuk pelanggan.

Walet Koffie Weleri berbeda dengan *cofe caffee* lainnya, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi yang canggih untuk pengambilan makanan atau minuman dengan cara alat yang berbentuk seperti *handphone*, apabila makanan atau minuman yang sudah siap disajikan makan alat itu akan berbunyi jadi para pelanggan tidak mudah untuk kelewatan pesanan dan pelayanan juga tidak perlu memanggil untuk pengantaran makanan yang dikarenakan lokasi Walet Koffie Weleri yang luas.

Tabel 1.1

Data Hasil Penjualan

Bulan	Hasil Penjualan/Bulan
Januari	Rp. 120.250.000
Februari	Rp. 120.100.000
Maret	Rp. 85.200.000
April	Libur Covid-19
Mei	Libur Covid-19
Juni	Rp. 104.300.000

Bulan	Hasil Penjualan/Bulan
Juli	Rp. 107.800.000
Agustus	Rp. 126.800.000
September	Rp. 108.500.000
Oktober	Rp. 107.500.000

Sumber : Walet Koffie Weleri Tahun 2020

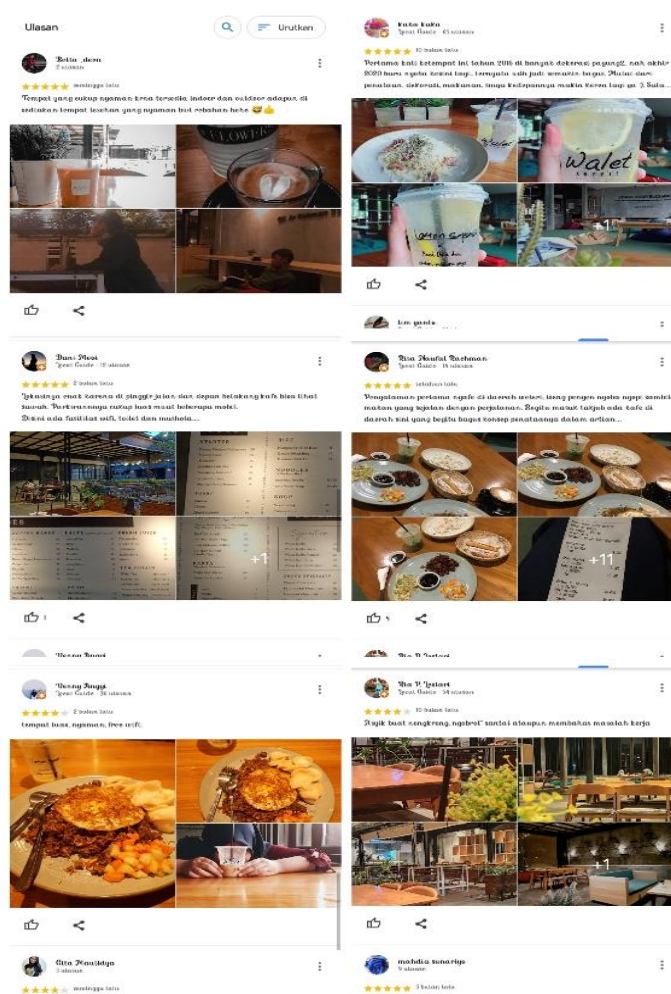
Dari data diatas terdapat naik turunnya penjualan dari Walet Koffie Weleri. Muncul permasalahan penurunan yang terjadi pada bulan Maret hingga menyebabkan libur selama dua bulan yaitu bulan April – Mei dikarekan mulai awal terjadinya *Covid-19*. Untuk itu Walet Koffie Weleri harus mempertahankan para pelanggan dengan cara membuat produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai dan melakukan renovasi lokasi yang nyaman supaya menarik pelanggan untuk datang kembali ke Walet Koffie Weleri dengan nuansa yang baru. Dilihat dari pembukaan awal Juni penjualan yang semakin meningkat walaupun masih ditengah pandemi yang terdapat batasan PSBB (Pembatasan Sosial Beskala Besar).

Gambar 1.1

Review Penilaian Pelanggan Walet Koffie Weleri

Gambar 1.1

Review Penilaian Pelanggan Walet Koffie Weleri



Sumber : *Google Maps*, Walet Koffie Weleri. 2021

Berdasarkan gambar 1.1 yaitu review penilaian dari pelanggan Walet Koffie Weleri terdapat kepuasan pelanggan atas kualitas produk maupun lokasi. Pelanggan menyampaikan bahwa kualitas dari produk enak dan beberapa pelanggan menulis bahwa lokasi Walet Koffie Weleri berada di pinggir

jalan, luas, nyawan, terdapat fasilitas seperti wifi, toilet, musholla dan terdapat pelanggan yang pernah mengunjungi Walet Koffie dari tahun 2020 dan baru mengunjungi lagi 2021 yangmana terdapat renovasi pada Walet yang semulannya hanya berhiasan payung-payung diatas yang dibandingkan dengan sekarang sudah semakin maju mulai dari penataan, dekorasi, makanan, antrian dan bahkan penggunaan pengambilan makanan atau minuman menggunakan alat yang canggih dengan berbunyi suara.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, persepsi harga dan lokasi. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk yang memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas produk adalah keseluruhan barang atau jasa yang berhubungan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah sesuai dengan harapan pelanggan (Kotler, 2012). Apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan kecewa yang mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan. Harapan pelanggan produk yang diterima sesuai dengan spesifikasi agar mencapai keinginan dan memuaskan pelanggan.

Kualitas produk merupakan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi syarat dari

kebutuhan pelanggan atau menilai sampai berapa jauh sifat dan karakteristik tersebut terpenuhi. Kualitas produk sangat baik dan dipertahankan akan menunjang dari kegiatan usaha yang dimiliki. Pengeluaran produk yang paling baik akan tumbuh dengan pesat dan dalam waktu yang panjang akan lebih berhasil dari pesainglainnya.

Pelanggan merasa puas juga bisa dipengaruhi oleh harga. Biasanya pelanggan berasumsi bahwa apabila harga dari suatu produk tinggi maka kualitas dari produk tersebut baik. Tetapi, banyak pelanggan yang memilih produk dengan harga yang terjangkau saja sudah cukup karena dianggap sudah memenuhi kebutuhan.

Harga memiliki peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan sering membandingkan harga dari *Café coffee* satu dengan *Café coffee* yang lain dengan memperhatikan kualitas dari produknya disebut persepsi harga. Persepsi harga merupakan informasi mengenai harga yang dapat dipahami seluruhnya oleh pelanggan dan memberikan makna yang dalam bagi pelanggan (Peter dan Olson, 2000).

Dilihat juga dari tata letak atau lokasi. Lokasi adalah berbagai kegiatan usaha yang dilakukan untuk membuat atau menghasilkan produk (Kotler dan Amstrong, 2012:92). Lokasi yang strategis adalah lokasi yang dapat diakses dengan mudah

oleh transportasi umum dan letaknya tidak jauh dari jalan raya. Lokasi dan tempat yang diharapkan oleh pelanggan dapat membuat nyaman, tenang dan jauh dari kegaduhan. Pelanggan akan merasa puas apabila tempat yang didatangi bersih, tenang, desain dan interior dari *Café coffee* menimbulkan ketenangan yang dapat memberikan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen (pelanggan) adalah tingkat perasaan dari seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2001). Menciptakan kepuasan pelanggan yaitu dengan membuat produk dengan kualitas yang baik. Kepuasan dari seseorang berasal dari hasil yang dirasakan setelah merasakan hasil dari produk tersebut. Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja dari produk terhadap ekspektasi pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008). Jika kinerja dari produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi pelanggan maka pelanggan merasa kecewa. Apabila ekspektasi pelanggan terwujud maka pelanggan akan merasakan puas.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Widjaya, 2018), (Mulatsih, 2021) dan (Rizki Rachmawati Santoso dan Khuzaini Khuzaini, 2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, penelitian menurut (Nanda, 2018)

kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Putu Sundari dan Ni Wayan, 2018), (Fauziyah, Atikah Nur, dan Endang Tjahjaningsih., 2021) dan (Samsudin, 2021) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, penelitian menurut (Rohkmah, 2017) bahwa persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Prahayudhi, 2019), (Fadillah, 2020) dan (Marrisa, 2020) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, penelitian menurut (Khalid, 2017) lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas penulis bertujuan untuk mengkaji “ **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Walet Koffie Weleri**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Walet Koffie Weleri?

2. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Walet Koffie Weleri?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Walet Koffie Weleri?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Walet Koffie Weleri.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Walet Koffie Weleri.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Walet Koffie Weleri.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat untuk mengetahui dan memperbanyak wawasan yang lebih mengenai ilmu manajemen pemasaran tentang kualitas produk, persepsi harga, lokasi dan kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat kepada Walet Koffie Weleri untuk meningkatkan penjualan dan mengetahui faktor untuk meningkatkan kepuasan

pelanggan.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini hanya meneliti dan membahas tentang faktor kepuasan pelanggan, maka terdapat pembatasan masalah antara lain :

1. Penelitian menjelaskan tentang kualitas produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Walet KoffieWeleri.
2. Penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebarakan ke pelanggan Walet KoffieWeleri.
3. Penelitian membahas variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Walet KoffieWeleri