

BAB I

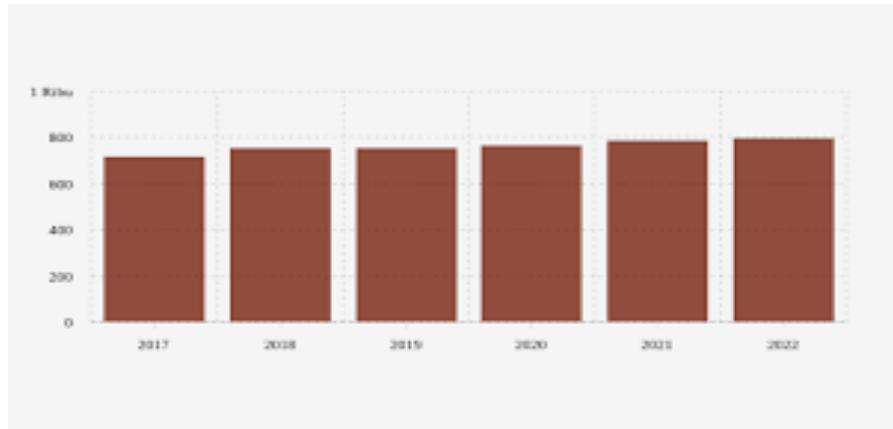
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman dan teknologi membuat semakin maraknya para pelaku bisnis untuk membuka serta mengembangkan bisnis mereka terutama bisnis kuliner. Kuliner merupakan salah satu bisnis yang banyak digandrungi oleh pelaku bisnis karena memiliki peluang yang besar (Rahmawati, 2021). Hal tersebut dapat diamati dari banyaknya bisnis kuliner yang menyajikan konsep yang berbeda-beda seperti konsep kafe, restoran untuk keluarga, kedai, dan lain-lain. Pada era sekarang ini gaya hidup masyarakat modern dalam mengisi waktunya berbeda dengan masyarakat tradisional (Asmoro, 2021) Masyarakat modern dalam mengisi waktu luang (*leisure time*) dengan cara menghabiskan waktu di luar rumah. Alasan praktis dan nyaman membuat masyarakat lebih menyukai bertemu dengan keluarga, teman, klien di tempat-tempat makan atau hiburan seperti di *coffee shop* (Ernanda, 2017).

Dalam beberapa tahun terakhir, industri coffee shop menjadi tempat yang popular untuk dikunjungi oleh masyarakat di Indonesia terutama bagi generasi milenial. Indonesia termasuk salah satu negara yang menghasilkan biji kopi di dunia. Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia di tahun 2019, biji kopi termasuk salah satu komoditi hasil perkebunan yang memiliki peran penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia.

Produksi kopi di Indonesia diprediksi mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, seperti yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. 1
Produksi Kopi Di Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi di Indonesia berada dalam tren meningkat. Pada 2022 angkanya mencapai 795 ribu ton atau naik 1,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan tingkat konsumsi 370 ribu ton, sehingga menyebabkan terjadinya surplus 425 ribu ton. Peningkatan produksi kopi menandakan terjadinya peningkatan konsumsi terhadap kopi tersebut

Pada zaman sekarang orang lebih menyukai minuman yang instan tanpa harus repot mengonsumsi kopi dari dirumah. Dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah *coffee shop*, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru (Ismail & Yusuf, 2021). Selain dijadikan tempat nongkrong dan minum, *coffee shop* sering digunakan sebagai tempat bertukar pikiran, bersantai, berkumpul dengan teman dan sanak saudara bahkan dijadikan tempat negosiasi bisnis. Maraknya bisnis *coffee shop* mengakibatkan persaingan bisnis yang tinggi. Hal ini menjadi ancaman sekaligus motivasi bagi

para pelaku bisnis *coffee shop* agar mampu bersaing dan mempertahankan produk yang mereka produksi. (Utami, 2019). Kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Menurut Tjiptono (2022) terdapat tiga indikator kepuasan konsumen yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan.

Penelitian ini menarik dan penting dilakukan karena persaingan pada perusahaan *coffee shop*. Perusahaan perlu mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Putri (2021) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya. Kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan yang ingin memperpanjang kelangsungan hidup usahanya serta menuai keberhasilan usahanya dalam bentuk keuntungan jangka panjang karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada akan lebih menguntungkan apabila dibandingkan dengan mencari pelanggan baru (Sinta, 2022). Menurut Apriyono (2022) kualitas pelayanan dipengaruhi oleh lokasi, kualitas produk dan kualitas layanan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah pemilihan lokasi. Lokasi yang strategis merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan bagi keberhasilan suatu usaha. Kedekatan, aksesibilitas dan lokasi yang strategis akan mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen. Menurut Abubakar (2018) lokasi adalah tempat bisnis dan industri berada dan dianggap memiliki nilai signifikan yang mempengaruhi penjualan. Lokasi yang benar sangatlah diharapkan konsumen seperti mudah diajangkau, letaknya strategis,

mudah transportasinya, dekat dengan jalan raya, dekat dengan fasilitas umum sehingga lokasi itu akan mendukung faktor yang lain. Menurut Supriyanto (2022) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk dan kualitas layanan. Menurut Herlambang (2021) kualitas produk adalah mengacu pada kemampuan suatu produk untuk memberikan nilai pada pelanggan terbaik dan yang sesuai atau bahkan lebih tinggi dari kebutuhan pelanggan. Produk yang berkualitas baik akan menimbulkan *feedback* kepuasan yang baik dari pelanggan. Apabila kualitas produk yang dimiliki suatu usaha cukup bagus maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen, selain itu juga dapat memenangkan persaingan oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui keinginan serta kebutuhan konsumen sehingga dapat menciptakan kualitas produk yang bermutu dan sesuai dengan harapan dari konsumen (Ernawati, 2019). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Sulaiman (2020) dan Herlambang (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Yunansyah et al., (2020) kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual/produsen kepada pembeli/konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan agar tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Kualitas pelayanan diimplementasikan melalui upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta melalui penyampaian yang konsisten dengan tujuan mengimbangi atau bahkan melebihi harapan konsumen (Softian, 2021). Jika

layanan pramusaji buruk, akan berdampak buruk bagi perusahaan. Kualitas pelayanan sangat penting untuk diperhatikan karena akan dapat mencegah reputasi perusahaan memburuk. Jika pelayanannya baik, maka akan menjadi keuntungan bagi perusahaan dan mendapatkan nilai positif, maka konsumen akan memberikan umpan balik (Izzati,2022). Hasil penelitian Izzuddin (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kota Padang tidak ketinggalan dalam menyambut tren bisnis *coffee shop* ini. Saat ini, hampir sepanjang jalan dapat dijumpai *coffee shop*, bahkan dengan jarak yang berdekatan. Hal ini membuktikan pesatnya perkembangan bisnis *coffee shop* di kota Padang. Banyaknya bisnis *coffee shop* menyebabkan para pemilik *coffee shop* di kota Padang bekerja keras dalam memasarkan *coffee shop* milik mereka. Dalam menjalankan sebuah bisnis seperti *coffee shop*, tentu diperlukan strategi pemasaran yang baik agar menarik konsumen datang dan membeli produk yang ada di sebuah *coffee shop*, hal ini diperlukan agar *coffee shop* yang dikelola dapat tetap hidup dan berkembang. Sebagai gambaran, mungkin kita pernah melihat beberapa *coffee shop* yang dulu sempat *hits* dan sekarang tidak terdengar lagi, bahkan tutup karena tersaingi oleh kompetitor yang menerapkan strategi pemasaran yang lebih baik. Berikut ini adalah 5 daftar nama coffee shop yang ada di Kota Padang:

Tabel 1.1
Daftar Nama Usaha Coffe shop di
Kota Padang

No	Nama Coffe Shop	Alamat	Followers	Rating
1	Bacarito kopi padang	Jl. Nipah No.3C	12,5 rb	Rating 4,6 dari alasan (514)
2	SukoKopi	Jl. Dr Sutomo No. 84, Padang Timur	12,1 rb	Rating 4,2 ulasan dari (339)
3	Menyala Coffee & Roastery	Jl. Bandar Purus No.14	12, rb	Rating 4,5 dari ulasan (265)
4	Rimbun Espresso & Brew Bar	Jl. KIS Mangunsarkoro A/ 10	11,7 rb	Rating 46 dari ulasan (13rb)
5	Parewa Coffee	Jl. Moh Hatta No. 11 Pauh	11 rb	Rating 4,6 dari ulasan (525)

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Padang, 2023

Berdasarkan tabel di atas, yang termasuk 5 besar coffee shop dengan jumlah *followers instagram* terbanyak adalah Bacarito Kopi Padang, Suko Kopi, Menyala Coffee & Roastery, Rimbun Espresso & Brew Bar dan Parewa Coffee. Ada hal menarik yang peneliti dapatkan, yaitu meskipun SukoKopi masuk kedalam top 5 jumlah *followers Instagram* terbanyak tetapi SukoKopi memiliki rating paling rendah dibandingkan 4 *coffee shop* lain bahkan paling rendah diantara 5 coffee shop yang ada pada tabel. Rating yang rendah tersebut disebabkan oleh ketidakpuasan konsumen terhadap SukoKopi. Konsumen yang tidak puas tentu akan memberikan rating atau review yang buruk terhadap SukoKopi. Padahal SukoKopi termasuk kedai kopi yang telah lama berdiri yaitu dari tahun 2016. SukoKopi menyediakan menu minuman dan juga menyediakan makanan berat dan memberikan pengalaman *act experience* yaitu dengan memberikan gaya hidup meminum kopi tanpa sedotan plastik, hal tersebut dikarenakan untuk meminimalisir penggunaan limbah plastik. SukoKopi juga menawarkan suasana yang unik dengan gaya bangunan *rustic* dan *gravity*,

SukoKopi juga menyediakan *smoking area (outdoor atau rooftop)* dan *no smoking area (indoor)* bagi pengunjungnya. SukoKopi menggunakan slogan #BasuoBakumpuaBakawan. Berbagai cara telah dilakukan SukoKopi untuk bertahan di tengah persaingan *coffee shop* di Kota Padang. Tapi pada kenyataannya SukoKopi masih berada diposisi paling bawah berdasarkan rating yang diberikan oleh konsumennya. Kepuasan konsumen SukoKopi sangat rendah dibandingkan dengan 5 Coffee Shop lainnya.

Berikut ini adalah tabel jumlah transaksi di SukoKopi selama bulan Januari 2023 sampai Oktober 2023.

Tabel 1.2
Data Transaksi SukoKopi Bulan Januari – Oktober 2023

Bulan	Jumlah Transaksi
Januari	1.654
Februari	1.435
Maret	1.363
April	1.812
Mei	1.587
Juni	1.366
Juli	1.488
Agustus	1.127
September	1.623
Oktober	1.246
Total	14.701

Sumber: Data SukoKopi, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa terjadi ketidakstabilan jumlah transaksi di SukoKopi selama bulan Januari sampai bulan Oktober tahun 2023. Fluktuasi ini disebabkan oleh ketidakpuasan konsumen terhadap beberapa faktor salah satunya lokasi, semakin banyaknya kedai kopi atau pesaing baru di

Kota Padang dan yang berlokasi di Padang Timur terutama di sepanjang jalan Sutomo dengan menawarkan konsep yang sama yaitu suasana kedai kopi yang tenang, nyaman, dan santai seperti Sisikopi dan Menzabarbercoffee. Faktor lain yang mengakibatkan ketidakpuasan konsumen terhadap SukoKopi adalah kualitas produk dan kualitas pelanggan, yaitu masih kurangnya kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh SukoKopi. Rendahnya kepuasan konsumen terhadap SukoKopi dapat dilihat dari keluhan-keluhan pelanggan tentang kualitas produk, kualitas pelayanan. Banyaknya review buruk tentang 2 faktor tersebut menandakan SukoKopi tidak bisa memberikan rasa puas untuk konsumennya. Ketidakpuasan konsumen SukoKopi dapat dilihat dari keluhan-keluhan konsumen berikut ini.

Tabel 1.3 Keluhan tentang Kualitas Produk

No	Nama	Rating/Bintang	Review
1	Silvanaulfani yesca11	2	Rasa Kopi yang sekarang beda. Lebih enak pas pertama beli
2	Muhammad Fadli	1	Overpriced, rasa ga enak dan porsinya pun kecil banget. Big no lah
3	Asrobi Febdian	3	Sayang dine in, disini minum coklat panas dikasi paper cup, gak pake gelas kayak dicabang lain, saran kali bias pakai gelas buat dine nya ya min.
4	Allya Putri Melati	1	Makanan tidak enak dan pelayanan lelet, tidak rekomended dan parker harus bayar.
5	Alfino Putra	1	Rate Harga tidak sesuai dengan yang didapat, rasa minuman kemana-mana. Kedai kopi sudah lama tapi konsistensi rasa belum terjaga. Beda dengan SukoKopi yang dulu. Semoga kedepannya bias diperbaiki lagi.

Sumber: Ulasan SukoKopi di Google, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa masih kurangnya kualitas produk yang diberikan oleh SukoKopi Padang. Mulai dari rasa minuman yang berbeda dari sebelumnya, rasa kopi yang terlalu pahit, makanan yang terlalu asin,

porsi yang terlalu sedikit, dan alat penyajian yang kurang tepat. Banyaknya keluhan konsumen tentang kualitas produk SukoKopi menandakan rendahnya tingkat kepuasan konsumen, sehingga konsumen akan memilih kedai kopi yang memberikan kualitas produk yang lebih baik.

Tabel 1.4
Keluhan tentang Kualitas Pelayanan

No	Nama	Rating/Bintang	Review
1	Ardian Marta Lopeyarsi	1	1 jam pesanan belum dibuat alasan lupa
2	Nursyam Padang	1	Pelayanan sangat lama saya minta kopisusu original dikasih kopisusu gula aren. Dan kurang komunikatif. Porsi makanan terlalu sedikit.
3	Yusra	2	Saya tidak puas dengan pelayanannya kurang. Saya mesan matcha latte yang diantar malah matcha cheese. Minta diganti malah ga bisa. Ga ingin berkunjung kembali kesini, cukup ini yang terakhir kali.
4	Anjani Syafitri	1	Pelayanannya sangat lambat.
5	Fatih Azzikra	1	Pelayanan Buruk.

Sumber: Ulasan SukoKopi di Google, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa masih sangat kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan SukoKopi. Banyaknya keluhan konsumen tentang kualitas pelayan yang lambat, pesanan yang lama datang, karyawan yang kurang komunikatif, karyawan salah mengantar pesanan, dan keluhan lainnya, sehingga banyak konsumen yang tidak puas terhadap pelayanan dan tidak mau datang lagi ke SukoKopi. Hal tersebut menandakan bahwa kepuasan konsumen ketika berada, berinteraksi dan bertransaksi di SukoKopi masih sangat rendah.

Penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti terdahulu, dari hasil penelitian terdahulu terdapat variabel yang tidak konsisten. Walaupun penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena lokasi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah di Kota Padang, dan objek penelitian ini adalah SukoKopi. Terdapat perbedaan hasil penelitian antara para peneliti terdahulu, ini berarti terdapat variabel yang tidak konsisten. Menurut Sulaiman (2020) lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriyono (2022) variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Izzudin (2020) dan yang menyatakan bahwa kualitas produk dan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sejalan dengan hasil penelitian Supriyanto (2022) lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan tersebut, tentang pentingnya lokasi, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan maksimal. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bagi Kopi Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SukoKopi Padang?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SukoKopi Padang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SukoKopi Padang?
4. Apakah lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap konsumen pelanggan pada SukoKopi Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasaan komsumen pada SukoKopi Padang
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasaan komsumen pada SukoKopi Padang.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SukoKopi Padang?
4. Untuk mengetahui apakah lokasi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada SukoKopi Padang?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah literatur, ataupun kajian dari pengaruh lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *coffee shop* SukoKopi Kota Padang, serta membuka kemungkinan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang permasalahan kepuasan konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis mengenai kepuasan konsumen dan faktor yang mempengaruhinya.

b. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis, dan dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan panduan untuk lebih bisa memahami faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya dalam merumuskan masalah baru serta diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengembangan penelitian mengenai kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dilakukan lebih terarah dan topik yang dibahas tidak meluas maka perlu dilakukan pembatasan lingkup penelitian.

Adapun pembatasan lingkungan pada penelitian ini adalah:

1. Variabel yang diteliti adalah variabel Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap variable Kepuasan Pelanggan.
2. Studi kasus pada *coffee shop* SukoKopi di Kota Padang.
3. Responden yang diteliti adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *coffee shop* SukoKopi di Kota Padang.