

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perkembangan dunia bisnis di Indonesia berkembang sangat baik. Seperti perkembangan dunia bisnis kedai di Mojokerto saat ini berkembang sangat signifikan hal ini terlihat dengan pesatnya dimana semakin banyak pelaku bisnis membuka dan mengembangkan bisnis mereka khususnya dibidang bisnis. Perkembangan yang ketat menuntut para pelaku bisnis untuk dapat bersaing dengan baik serta menentukan strategi yang tepat dalam berkompetisi, mempertahankan kualitas bahan baku, kebersihan yang selalu dijaga.

Selain itu para pelaku bisnis kedai harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan para pelanggannya dengan cara melakukannya pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu bervariasi bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan seseorang yang muncul dengan tujuan membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap hasil kinerja suatu produk yang dihasilkan oleh kedai tersebut, untuk itu perusahaan harus memenuhi kebutuhan konsumen dari setiap kalangan mulai dari pelajar hingga pekerja yang membutuhkan hiburan untuk melepaskan efek stres.

Fenomena menjamurnya bisnis yang ada di kota Mojokerto, yang di mulai dari skala kecil seperti cafe dan kedai. Hal ini menjadikan daya tarik untuk meneliti bisnis kedai yang berfokus pada salah satu kedai yaitu kedai Retjeh Kopi Mojokerto, salah satu bisnis kedai yang ada di kabupaten

Mojokerto. kedai Retjeh Kopi Mojokerto ini menyediakan berbagai menu makanan serta minuman. kedai Retjeh Kopi Mojokerto selalu memberikan kualitas produk yang menyehatkan serta selalu menjaga nilai kualitas yang terkandung dari bahan peracik makanan serta minuman. Untuk makanan yang di tawarkan di kedai ini juga tersaji rapi dengan tambahan hiasan yang dapat mempercantik sajian produk makanan atau minumannya. Karena bahan yang di gunakan dalam meracik makanan ataupun minuman di Kedai ini sangat berkualitas, maka tingkat kualitas produk dalam segi rasa dan khasiat sangat baik untuk kesehatan.

Sangadji dan Sopiah (2013) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen tercipta karena kinerja perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kebutuhan dan keinginan inilah yang bisa disebut harapan konsumen. Jika kinerja perusahaan kurang dari harapan konsumen, maka konsumen merasa kecewa. Jika kinerja perusahaan melebihi harapan konsumen, maka konsumen merasa sangat puas, sehingga dapat menimbulkan loyalitas.

Kepuasan konsumen merupakan aspek penting dalam menjaga konsumen tetap menggunakan produk suatu perusahaan. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit daripada mencari pelanggan baru. Oleh karena itu, sangat penting bagi setiap perusahaan untuk memastikan bahwa setiap pelanggan puas dengan produk yang mereka gunakan. Konsumen yang puas dapat membantu perusahaan melakukan promosi melalui testimoni

konsumen tersebut karena memiliki pengalaman tersendiri dengan produk tersebut sehingga lebih persuasif.

Menurut Lupiyoadi (2013) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak perusahaan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menciptakan rasa puas pada pelanggan, kepuasan tersebut mengakibatkan pelanggan akan terus membeli produk yang ditawarkan.

Kualitas layanan memberikan pelanggan, atau dalam hal untuk mengembangkan hubungan dekat dengan kinerja layanan. Hubungan yang baik ini memungkinkan memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, penyedia layanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memaksimalkan atas suatu kinerja. Kualitas kinerja dianggap ideal jika kinerja yang diterima atau dirasakan memenuhi harapan pelanggan sesuai dengan kualitas yang diterima atau dirasakan pelanggan dan sebaliknya, dan kualitas pelayanan dianggap rendah jika kinerja yang diterima atau dipersepsikan lebih rendah dari kinerja. Jika layanan yang diuji lebih rendah dari yang diharapkan (kualitas layanan yang buruk), pelanggan tidak lagi tertarik pada apa cafe tersebut.

Produk juga penting karena produk juga menjadi penentu kepuasan konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk. Menurut Tjiptono (2015) secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif

produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Dengan kualitas produk yang baik, konsumen akan memenuhi permintaan mereka terhadap produk tersebut. Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah konsumen telah mengembangkan perilaku royal, kepuasan, dan komitmen terhadap produk setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat dari nilai produk.

Menu makanan dan minuman yang ditawarkan harus menarik selera konsumen. Menawarkan berbagai menu makanan dan minuman yang menarik selera konsumen. Penetapan harga dirancang untuk menarik konsumen menikmati makanan dan minuman dengan harga terjangkau tanpa mengurangi rasa. Aplikasi ini diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta mencapai kepuasan yang diharapkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) harga yaitu sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Penetapan harga dalam suatu produk dilihat dari standar kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan harus menentukan harga sesuai dengan daya beli konsumen dan kualitas makanan yang disajikan.

Menurut Tjiptono (2016) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan

suatu barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, persepsi harga merupakan pandangan mengenai harga tentang bagaimana konsumen dalam memandang persepsi harga dengan maksud harga yang tinggi atau rendah serta wajar itu mempunyai pengaruh kuat dengan maksud membeli serta kepuasan membeli.

B. Rumusan Masalah

- a) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kedai Retjeh Kopi.
- b) Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kedai Retjeh Kopi.
- c) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kedai Retjeh Kopi.

C. Tujuan Penelitian

- a) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen kedai Retjeh Kopi
- b) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen kedai Retjeh Kopi.
- c) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen kedai Retjeh Kopi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dijadikan sebagai menambah pengetahuan wawasan pemahaman dan pengalaman bagi peneliti selanjutnya serta dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas layanan, produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Manfaat Manajemen Bagi Kedai

Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh pengaruh kualitas layanan, produk dan harga terhadap kepuasan konsumen sehingga mampu dijadikan evaluasi dalam mengelola layanan, produk dan harga untuk lebih baik lagi kedepannya. penelitian ini diharapkan mampu dijadikan salah satu referensi informasi atau masukan dan bahan bacaan untuk dipertimbangkan dan dibandingkan bagi pihak manajemen kedai Retjeh Kopi