

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi Indonesia saat ini menempati peringkat keempat terbesar di dunia dari segi produksi [1]. Industri kopi di Indonesia memiliki sejarah panjang yang mempunyai peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian masyarakat di Indonesia. Dengan keadaan geografisnya yang sangat cocok difungsikan sebagai lahan perkebunan kopi, letak Indonesia sangat ideal dengan iklim yang cocok untuk tanaman dan produksi kopi.

Dengan melihat prospek dari segi agribisnis kopi di Indonesia, hal ini memberikan sebuah peluang usaha. Peluang usaha ini bukan hanya di sektor hulu namun juga di sektor hilir dari usaha tani kopi. Demi mengikuti keinginan konsumen, produsen kopi juga terus berinovasi dan memberikan banyak pilihan kepada konsumen terhadap produk akhir kopi.

Pada saat ini konsumen kopi menganggap kopi bukan sekedar minuman pelengkap namun dianggap sebagai minuman pokok bagi konsumen yang kecanduan terhadap minuman ini. Mengonsumsi kopi telah menjadi salah satu kebutuhan atau gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat saat ini. Pola konsumsi kopi saat ini bukan hanya diminum pada pagi hari saja namun dapat dilakukan pada setiap waktu. Tren ini bukan hanya ada di kalangan konsumen dewasa namun juga di kalangan remaja. Oleh karena itu, para pelaku bisnis terutama dalam bidang penjualan minuman kopi harus jeli dalam melihat kondisi ini. Mereka harus mampu meningkatkan semua aspek, baik dalam segi kebersaingan harga, kualitas produk yang dijual dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Dalam menikmati setiap produk, konsumen selalu ingin mendapatkan yang terbaik dalam segala hal. Konsumen selalu ingin agar harapan mereka akan suatu produk terpenuhi. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan bagi setiap perusahaan terlebih untuk saat ini, dikarenakan persaingan semakin ketat, para kompetitor setiap hari semakin banyak. Selain itu, inovasi produk dan layanan dari para kompetitor juga semakin beragam dan memanjakan para konsumen, yang tentunya tidak lain

adalah untuk menciptakan kepuasan konsumen mereka sendiri. Jika kepuasan konsumen sudah tercapai, akan menimbulkan pembelian yang berulang, dan juga konsumen yang loyal. Imbasnya adalah peningkatan volume penjualan, yang akhirnya berdampak pada tumbuhnya laba perusahaan itu sendiri. Itulah sebabnya ada beberapa hal yang akan dijadikan sebagai acuan untuk mengukur seberapa puas konsumen pada segala aspek yang ada pada perusahaan, khususnya dalam bidang penjualan minuman kopi. Faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, dianggap mampu untuk dijadikan langkah berikutnya untuk mencapai sebuah loyalitas konsumen.

Dalam menikmati minuman kopi, konsumen sangat memerhatikan harga dari kopi itu sendiri. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut [2]. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [3]. Penelitian terdahulu lainnya juga menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [4]. Hal ini menjadi dasar yang kuat bahwa komponen harga mempengaruhi kepuasan konsumen, karena dengan harga yang pantas dan terjangkau, konsumen dapat menikmati produk yang disukainya, yang tentunya akan mendatangkan kepuasan bagi konsumen.

Selain harga, konsumen juga sangat memerhatikan kualitas produk yang dibelinya. Kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan [5]. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel kualitas produk kopi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [6]. Penelitian terdahulu lainnya juga menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [3]. Hal ini menjadi dasar yang kuat bahwa komponen kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen, karena konsumen selalu menginginkan kualitas produk yang terbaik dan tidak mengecewakan ekspektasinya. Dengan diperolehnya kualitas produk sesuai yang diharapkan, akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya dan akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Dalam menawarkan sejumlah produk, ada aspek pelayanan yang harus diberikan kepada konsumen. Pelayanan juga dapat diartikan sebagai jasa. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan [7]. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [3]. Penelitian terdahulu lainnya juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [8]. Hal ini menjadi dasar yang kuat bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa keinginannya terlayani dengan baik, maka ia kemungkinan besar akan melakukan pembelian ulang.

Ketiga komponen ini, yang terdiri dari harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan faktor-faktor yang dianggap dapat menimbulkan kepuasan konsumen dalam menikmati sejumlah produk yang dibeli. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya [9]. Jika kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas, senang dan bahagia. Begitu juga sebaliknya, jika kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas dan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Setelah kepuasan konsumen sudah tercapai, akan menimbulkan sejumlah pembelian yang berulang yang berefek pada meningkatnya laba perusahaan.

Jenis restoran yang menjadikan kopi sebagai menu utama dan memberikan suasana informal dengan pelayanan yang cepat adalah *coffee shop*. Peningkatan permintaan terhadap minuman kopi dan tren minum kopi yang semakin berkembang membuat semakin banyak pengusaha yang mencoba masuk ke dalam industri *coffee shop* modern ini, termasuk di Kota Medan.

Me& Coffee Works (selanjutnya disebut Me&) merupakan salah satu *coffee shop* di Kota Medan yang mulai dibuka pada tahun 2018. Me& berfokus pada pencinta kopi dari segala usia dan kalangan. Saat ini Me& telah memiliki 3 cabang, yaitu di Komp. Multatuli Indah, The Wahid Residence dan Jl. RA. Kartini. Penggunaan kata “Me&” dapat diartikan sebagai dua makna. Makna pertama adalah “&” (*and*) yang berarti “dan” dalam bahasa Indonesia yang jika digabungkan menjadi “Me-dan” yang merupakan kota lokasi *coffee shop* ini. Makna kedua adalah

penekanan tentang adanya kolaborasi antar orang. “Me&” (dibaca dalam bahasa Inggris: *me and*) merupakan kata modular yang dapat digunakan untuk menggabungkannya dengan kata lain, seperti *Me&coffee*, *Me&cake*, dll.

Dari segi harga, produk Me& berkisar dari harga Rp 25.000 s.d. Rp 45.000. Namun peneliti menemukan bahwa beberapa pesaing yang berkonsep sama hanya mematok harga dari Rp 15.000 s.d. Rp 39.000. Menurut pihak Me&, harga yang ditetapkan oleh Me& sebenarnya cukup wajar dikarenakan biji kopi yang dipakai merupakan biji kopi kualitas premium, serta juga sepadan dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen, misalnya sarana fisik yang sangat nyaman; dan tentunya ingin meraih keuntungan lebih. Hal ini cukup menarik untuk diteliti, sebab harga yang ditetapkan haruslah sebanding dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan agar tidak menurunkan citra Me& itu sendiri.

Produk kopi yang ditawarkan cukup beragam, mulai dari *Espresso* hingga *Caramel Macchiato*. Bagi yang tidak terlalu menyukai kopi, konsumen juga dapat memilih beberapa produk lainnya, seperti *Lemon Tea*, *Matcha* dan *Chocolate*. Dari pengamatan peneliti, secara umum variasi dan kualitas produknya cukup bagus, namun penyajian produk antara yang di menu dengan yang disajikan terkadang berbeda sehingga harapan konsumen tidak sesuai dengan kenyataan. Namun, menurut pihak Me&, hal itu sangat jarang terjadi, karena mereka sangat memperhatikan kualitas produknya sebelum disajikan ke konsumen.

Dari segi kualitas pelayanan, Me& menawarkan hal yang cukup bagus. Para barista/ karyawan sangat ramah terhadap pengunjung, bahkan mereka mengingat hampir semua nama pengunjung. Para pengunjung dapat berinteraksi dengan para barista untuk berdiskusi tentang produk olahan kopi dengan duduk di kursi di depan *coffee bar*. Selain itu, Me& mempunyai beberapa program menarik dalam bidang edukasi kopi, seperti *Me& Calibration* yang mengedukasi konsumen tentang bagaimana Me& mencari resep yang cocok dari biji kopi untuk dinikmati pelanggan setiap harinya; dan *Me& Barista Class* yang merupakan program edukasi untuk barista tingkat dasar. Namun, waktu penyajian Me& dalam kondisi tidak terlalu ramai masih cukup lama, yaitu lebih dari 10 menit. Selain itu, ketersediaan lahan parkir masih kurang memadai, karena kendaraan harus parkir di pinggir jalan yang sebenarnya sudah cukup sempit. Namun menurut pihak Me&, lamanya penyajian

disebabkan karena mereka cenderung mengutamakan kualitas produknya tetap terjaga, sehingga sebagian besar konsumen tidak mempermasalahkannya, asalkan mereka menerima produk dengan kualitas baik. Ketersediaan lahan parkir yang kurang memadai juga diakui oleh pihak Me&, namun menurut mereka sebagian besar konsumen tidak terlalu mempermasalahkannya hal itu dikarenakan kendaraan mereka tetap dijaga oleh juru parkir.

Berkembangnya *coffee shop* ini tentunya tidak terlepas dari faktor harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah peneliti jabarkan pada uraian sebelumnya, faktor harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan akan memengaruhi kepuasan konsumen dari Me&. Dengan strategi penetapan harga, kualitas produk yang dijual dan kualitas pelayanan yang baik, Me& akan mempunyai daya saing yang tinggi disebabkan tingginya tingkat kepuasan konsumen. Ini akhirnya akan berdampak pada peningkatan laba Me&.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan?
- 2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan?
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan?
- 4) Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah membatasi penelitian tentang “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan”, dengan perincian sebagai berikut:

- 1) Variabel penelitian yang dipilih adalah sebagai berikut:
 - a) Variabel bebas
 - X_1 : Harga
 - X_2 : Kualitas Produk
 - X_3 : Kualitas Pelayanan
 - b) Variabel terikat
 - Y: Kepuasan konsumen.
- 2) Objek penelitian adalah konsumen Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan yang berlokasi di Jl. RA. Kartini 8, Medan.
- 3) Tahun penelitian adalah bulan September 2019 s.d. bulan Juli 2020.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan.
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi berbagai pihak antara lain sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Memberikan masukan melalui teori-teori yang ada pada penelitian ini kepada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan dalam menetapkan kebijakan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mampu memberikan kepuasan bagi konsumen.

2) **Manfaat Praktis**

Memberikan masukan bagi Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan dan bisnis sejenis dalam menyelesaikan masalah-masalah yang berkaitan dengan harga, kualitas harga dan kualitas pelayanan yang mungkin dapat memengaruhi jumlah pembelian konsumen.

1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fristi Bellia Annishia dan Muhamad Soekarno Setiawan (2018), dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk Kopi terhadap Kepuasan Konsumen di Jade Lounge Swissbel Residences Kalibata Jakarta*” [6].

Adapun terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian tersebut diantaranya:

- 1) Pada penelitian terdahulu, peneliti melakukan penelitian pada kepuasan konsumen dimana variabel bebasnya adalah kualitas produk kopi, sedangkan pada penelitian ini, variabel bebasnya adalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.
- 2) Terdapat penambahan variabel bebas pada penelitian ini, yaitu variabel harga dan variabel kualitas pelayanan.

Adapun alasan penambahan variabel harga adalah dalam menawarkan produk, harga menentukan daya beli konsumen sehingga terjadi pembelian. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga [10]. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan [11].

Demikian juga dengan variabel kualitas pelayanan, dimana konsumen sangat menginginkan adanya pelayanan yang berkualitas ketika melakukan pembelian, yang dapat mendatangkan kepuasan atas pembelian yang dilakukan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah

kualitas pelayanan [10]. Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan [11].

- 3) Pada penelitian terdahulu, peneliti melakukan penelitian pada Jade Lounge Swissbel Residences Kalibata Jakarta, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Kedai Kopi Me& Coffee Works Medan.
- 4) Pada penelitian terdahulu, peneliti melakukan penelitian pada tahun 2018, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada tahun 2019 s.d. 2020.



UNIVERSITAS MIKROSKIL