

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis mengejar kepuasan pelanggan adalah hal penting untuk keberlangsungan dari sebuah bisnis. Kepuasan pelanggan adalah suatu asset jangka panjang yang nantinya akan bisa menguntungkan bagi suatu *café* dimasa yang akan datang. Ketika suatu pelanggan sudah merasa puas maka kedepannya pasti akan tetap menggunakan suatu produk tersebut dan akan tetap menjadi pelanggan setia di *café* tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perbandingan perasaan antara senang atau tidaknya dari suatu pelayanan atau produk yang diberikan oleh perusahaan.¹ Jika tidak seperti yang diharapkan, maka konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika melebihi harapan konsumen akan merasa sangat senang.² Sedikit dijelaskan bahwa tujuan dari suatu *café* adalah pelayanan suatu tempat produk harus benar-benar baik dan memuaskan. Jika suatu *café* menawarkan pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa puas dan begitu juga sebaliknya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya yaitu : Kualitas Pelayanan dimana konsumen akan merasa puas ketika hasil evaluasi mereka menunjukkan produk yang berkualitas, kualitas pelayanan yang

¹ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 57.

² Inten Sueni dan Permana Honneyta Loebis, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J&T Express Blangkejeren”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Vol. 4, No. 2, Mei 2019, hal. 330-345.

baik dimana pelanggan mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan, emosional bisa diartikan seorang pelanggan akan merasa bangga menggunakan produk dari tempat tersebut, harga dimana produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen, biaya yaitu seorang konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan produk tersebut cenderung lebih puas terhadap produk dan jasa tersebut.³ Sedangkan dalam jurnal Wijaya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk.⁴

Dari penjelasan diatas, alasan peneliti memilih kualitas pelayanan karena dari pelayanan yang diberikan memberikan kenyamanan kepada para pelanggan dan variabel Kualitas Pelayanan karena faktor ini merupakan faktor paling penting untuk menciptakan kepuasan dari seorang pelanggan atas apa yang didapatkan ditambah lagi dengan harga yang tidak terlalu mahal namun mendapatkan Kualitas Pelayanan dan pelayanan yang lebih dari harapan konsumen sehingga akan tercipta sebuah kepuasan bagi seorang konsumen dan pada titik pembelian ulang dan pasti berdampak baik terhadap tempat tersebut.

Menurut Fandy dalam bukunya menjelaskan indikator-indikator dari pelayanan dibagi menjadi 5 diantaranya : bukti fisik yaitu merupakan suatu hal

³ Oktiani, N., & Setyorini, I, Service Quality Dan Customer Satisfaction Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV Jaya Motor Bekasi. *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(1), 8–16, 2018, Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/2620>

⁴ Cynthia Violita Wijaya, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy” *AGORA*, Vol. 5, No. 1 (2017), <http://publication.petra.ac.id> diakses 2 Juli 2021

yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli barang atau jasa yang di tawarkan, Keandalan yaitu suatu komponen atau sistem akan sukses menjalani fungsinya dalam jangka waktu dan kondisi tertentu, Daya tanggap yaitu kemampuan menerima dan memberikan reaksi terhadapnya, Empati yaitu ketertarikan terhadap sesuatu objek, Jaminan yaitu memberikan rasa percaya dan aman terhadap nasabahnya terutama dengan keamanan.⁵

Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sangat berpengaruh, jika pelayanan baik secara tidak langsung dapat mengaktifkan strategi pemasaran yang paling sederhana yaitu sebuah kepuasan dari seorang pelanggan, hal ini pernah diteliti dalam jurnal Januar dan Ali dimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.⁶ Menurut Kasmir tindakan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.⁷

Hubungan Kualitas Produk dan kepuasan pelanggan merupakan faktor paling penting dimana produk adalah objek utama yang akan digunakan oleh seorang konsumen. Yang dimaksud dengan produk adalah sesuatu yang ditawarkan dan diberikan untuk diedarkan di pasaran yang bertujuan untuk

⁵ Kamaruddin Sellang Dkk, *Strategi dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik*, (Pasuruan : CV Qiara Media, 2019), hal. 24.

⁶ Amin Zakaria, *Asuhan Keperawatan Keluarga Pendekatan Teori dan Konsep*, (Malang : IRDH, 2017), hal. 3.

⁷ Kasmir, *Etika Costumer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 15.

dimiliki atau digunakan oleh konsumen dan memiliki fungsi sebagai pemenuhan suatu kebutuhan atau keinginan.⁸ Menurut Kotler dan Keller indikator dari Kualitas Produk dibagi menjadi sembilan diantaranya yaitu bentuk, fitur, kualitas kinerja, kesan kualitas, ketahanan, keandalan, kemudahan, gaya dan desain dari produk.⁹

Hubungan harga dan kepuasan pelanggan sangatlah erat dimana harga yang diberikan tidak sesuai dengan kondisi lingkungan sekitar, maka pelanggan akan berfikir dua kali untuk mengunjungi tempat tersebut. Harga menurut Irawan dan Bashu Swastha yaitu nilai yang sudah ditetapkan oleh suatu perusahaan yang nantinya akan ditukar dengan barang yang senilai dengan harga yang telah ditentukan.¹⁰ Menurut Kotler harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.¹¹

Adapun indikator-indikator dari harga yaitu ada 4 diantaranya : keterjangkauan harga produk dimana masih bisa dijangkau dengan pilihan dari termurah sampai yang mahal, kesesuaian harga dengan Kualitas Pelayanan dimana sesuai antara harga dan kualitas yang didapatkan, daya saing produk, dimana harga harus memiliki daya saing dibandingkan dengan tempat-tempat

⁸ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 86.

⁹ Kotler, P., & Armstrong, G, *Principles of Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 2014), hal. 8-10.

¹⁰ Irawan dan Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern Manajemen*, (Jakarta: Cv. Agung Seto, 2009), hal.102.

¹¹ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 67.

lain, kesesuaian dengan manfaat produk yaitu manfaat yang didapatkan dari produk tersebut sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.¹²

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.¹³ Dalam arti yang paling sempit, harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut, agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.¹⁴ Dalam proses pengambilan keputusan para pembeli harga memiliki dua peranan utama yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.¹⁵ Jadi harga merupakan bagian penting dari sebuah produk karena sulit apabila membicarakan produk tanpa memperhitungkan harganya.

My Own Barn (MOB) merupakan tempat *coffe shop* yang ramai dan *café* tersebut merupakan *café* yang masih sangat baru, dengan tempat yang sangat luas dan *instagramable*, pelayanan dan harganya bisa dibilang murah dikalangan pasar menengah keatas. Berdasarkan survey dan wawancara dengan para pelaku usaha kelas *café* menengah keatas di Tulungagung MOB menjadi pesaing besar dan juga merusak harga pasar karena mereka berani memberikan

¹² Kotler, P., & Gary, A, *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*, Jilid 1 ,(Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 314.

¹³ Sunarto, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke.2*, (Yogyakarta: AMUS, UST Press, 2004), hal. 207.

¹⁴ *Ibid.*, hal. 206.

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi,2002), hal. 151.

harga murah dibawah standart umum *café-café* lainnya. Berikut adalah perkembangan jumlah pelanggan di My Own Barn,

Tabel 1.1
Order pelanggan MOB bulan Juni-Desember 2021

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1.	Juni	15.456
2.	Juli	5.745
3.	Agustus	8.436
4.	September	9.756
5.	Oktober	17.436
6.	November	14.231
7.	Desember	13.432

Sumber data : Laporan kasir MOB

Berdasarkan tabel jumlah pelanggan diatas MOB cenderung memiliki jumlah pelanggan stabil kisaran 14.000 sampai 17.000, pelanggan terendah terjadi pada bulan Juli karena mengalami PPKM. Hasil dari informasi yang didapatkan ini peneliti mencoba untuk mencari kebenaran lebih lanjut kepada para konsumen setia My Own Barn (MOB) terhadap kepuasan seperti apa yang mereka dapatkan di My Own Barn (MOB).

Kepuasan pelanggan diteliti oleh Maya Puspa Iswantami dengan tujuan mengetahui Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada *Food & Beverage* di I-Club Madiun, dan secara simultan Kualitas pelayanan, harga, dan variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.¹⁶ Kemudian juga penelitian yang dilakukan oleh Anteng Gustiana Dewi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan, hasil

¹⁶ Maya Puspa Iswantami, Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Variabel Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada *Food & Beverage* di I-Club Madiun, Skripsi, 2020

penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.¹⁷ Sehingga dari kedua penelitian tersebut kepuasan pelanggan dipengaruhi dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga.

Berdasarkan pemaparan diatas yang timbul dikalangan pelaku usaha *café* menengah keatas serta teori dan penelitian terdahulu maka peneliti lebih lanjut meneliti terkait *café* My Own Barn (MOB) yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe My Own Barn (MOB)**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini, masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan menjadi lama ketika terlalu banyak pelanggan sehingga kepuasan menjadi berkurang.
2. Kualitas Produk standar atau biasa saja belum memiliki karakter rasa yang menjadi andalan.
3. Harga di MOB merusak harga pasaran makanan dan minuman di *café-café* sekitarnya, namun juga meningkatkan jumlah penawaran.

¹⁷ Anteng Gustiana Dewi, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Humanis*, Vol. 1 No. 2 Juni 2021.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, Kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *café* My Own Barn?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *café* My Own Barn?
3. Apakah variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *café* My Own Barn?
4. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *café* My Own Barn?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *café* My Own Barn.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *café* My Own Barn.
3. Untuk menguji pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelayanan di *café* My Own Barn.
4. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di *café* My Own Barn.

E. Manfaat Penelitian

Dengan melaksanakan penelitian ini, ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh, yakni sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini, secara teoritis dapat digunakan sebagai kontribusi dalam pengembangan keilmuan mengenai pengaruh keragaman pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Akademik/FEBI

Penelitian ini diharapkan sebagai sumbangsih perbendaharaan di perpustakaan, khususnya mengenai kualitas pelayanan, Kualitas Pelayanandan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi My Own Barn

Penelitian ini digunakan untuk menganalisa dan memberikan masukan kepada pihak yang diteliti sebagai referensi strategi pengembangan usaha kedepanya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan khasanah dan bahan rujukan dalam penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi suatu usaha yag mengalami masalah serupa.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi:

a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu:

1) Tiga variabel bebas, X1 = Kualitas Pelayanan, X2 = Kualitas Produk, X3 = Harga

2) Satu variabel terikat, Y = Kepuasan Pelanggan

b. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah *café* My Own Barn.

2. Keterbatasan penelitian, yaitu:

a. Agar terfokus pada kualitas pelayanan, Kualitas Produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di *café* My Own Barn Tulungagung.

b. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yang diperoleh dari kuesioner pengunjung di *café* My Own Barn Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti maka diperlukan adanya penegasan istilah agar lebih jelas terarahnya penelitian ini :

1. Definisi konseptual dalam penelitian ini mencakup:

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan didefinisikan sebuah persentase yang diharapkan serta sebuah pengendalian terhadap harapan tersebut guna memenuhi keinginan konsumen.¹⁸

b. Kualitas Produk (X2)

Menurut Assauri Kualitas Produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.¹⁹

c. Harga (X3)

Harga menurut Kotler dan Amstrong yang diterjemahkan oleh sabran adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat.²⁰

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai sebuah pembandingan antara harapan dan kesesuaian produk yang telah dibayar. Kepuasan konsumen muncul karena adanya harapan dimana terdapat dua kemungkinan yaitu saat penjual memberikan informasi yang terlalu tinggi maka harapan konsumen akan suatu produk juga akan tinggi.²¹

¹⁸ Lailatus Sa'adah & Abdullah Fajarul Munir, *Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Jombang : LPPM Universitas KH. A.Wahab Hasbullah, 2018), hal. 9-11.

¹⁹ Assauri, *Manajemen Produksi dan...*, hal. 211.

²⁰ Philip Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2018), hal. 345.

²¹ Firman Gazali Djunaidi, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih pada Ketel Walbarua di Desa Ubung*, (Pasuruan: CV Qiara Media, 2020), hal. 29-34.

2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti apakah ada pengaruh, kualitas pelayanan, kualitas produk dan Harga terhadap kepuasan konsumen di *café* My Own Barn (MOB) Tulungagung. Mengacu pada definisi konseptual maka definisi operasional dari variabel-variabel penelitian yaitu:

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah kemampuan memberikan kepuasan jasa kepada para pelanggan My Own Barn (MOB) bisa dilihat dari indikator-indikator kualitas pelayanan diantaranya dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati dan jaminan.

b. Kualitas Produk (X2)

Kualitas Produk dari *café* My Own Barn dimana produk tersebut adalah makanan dan minuman yang disajikan kepada para pelanggan bisa dilihat dari bentuk yang disajikan, fitur, kualitas, ketahanan, keandalan dari produk.

c. Harga (X3)

Harga dari My Own Barn merupakan sejumlah uang yang ditagihkan kepada pelanggan yang menerima produk atau jasa dari kegiatan usaha yang dijalankan, jika harga terjangkau akan mengundang pembelian ulang dimana harga tersebut bisa dilihat dari keterjangkauan harga produk, kesesuaian dengan kualitas, harga mampu bersaing, dan kemanfaatan dari produk itu sendiri.

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen dimana pencapaian dari My Own Barn ingin adanya rasa harapan dan realita yang sesuai yaitu sebelum seseorang membeli akan memiliki harapan yang lebih sehingga jika kepuasan ini tercapai akan terjadi pemesanan atau pembelian kembali.

3. Sistematika Skripsi

Agar mempermudah dan memperjelas pemahaman dan penjabaran penelitian ini maka dibuat sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

Bab I : Berupa pendahuluan menjabarkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, serta sistematika penulisan dimaksudkan agar pembaca dapat mengetahui konteks penelitian ini. Dalam pendahuluan disajikan hal-hal yang menjadi pondasi atau dasar dilakukannya sebuah penelitian.

Bab II : Menjelaskan tentang landasan teori membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan adapun subab dalam teori ini adalah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen kemudian dilanjut dengan kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

Bab III : Menguraikan metode penelitian yang digunakan untuk mencapai hasil penelitian secara maksimal. Metode penelitian terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling,

sampel penelitian, sumber data, variabel penelitian, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan instrumen penelitian

Bab IV : Hasil penelitian yaitu hasil dari pelaksanaan suatu penelitian. Terdiri dari paparan data terkait hasil pengujian SPSS data pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh secara bersama kualitas pelayanan, Kualitas Pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Bab V : Berupa pembahasan yang akan menjelaskan tentang temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian. Dengan subbab diantaranya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh secara bersama kualitas pelayanan, Kualitas Pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Bab VI : Berupa kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang dapat diberikan kepada pihak yang berkaitan. Kesimpulan dikemukakan dengan ringkas dan jelas serta mencakup dari keseluruhan pembahasan. Saran adalah pendapat dari peneliti terkait dengan pengembangan penelitian yang akan dilakukan di kemudian hari oleh peneliti lain.

Bagian kesimpulan dan saran, dijelaskan mengenai benang

merah dalam keseluruhan penelitian yang dilakukan. Dengan menggunakan metode yang tepat maka masalah penelitian akan terjawab secara jelas. Permasalahan, hipotesis dan analisis perlu dikaji semaksimal mungkin.