

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Baru baru ini bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang menjadi alternatif yang dipilih sebagian besar para pelaku usaha. Bisnis kuliner yang didirikan dengan meminimalisir dana dan memaksimalkan keuntungan yang didapat. Tidak sedikit masyarakat melihat peluang untuk terjun kedalam bisnis kuliner dikarenakan prospek konsumen yang menjanjikan, disamping makanan merupakan kebutuhan pokok dari setiap manusia, dan permintaan akan pangan yang melimpah membuat sebagian besar orang memutuskan untuk terjun ke dalam bisnis kuliner. Bisnis kuliner diprediksi akan terus berkembang pesat dan diminati oleh banyak konsumen antara lain bisnis kuliner kedai kopi, *cafe*, warkop dan angkringan, dst.²

Seiring perkembangan zaman bisnis kopi dibedakan menjadi dua yaitu kedai kopi dengan kearifan lokal atau biasa disebut dengan kedai kopi tradisional dan kedai kopi dengan gaya kekinian atau biasa disebut kedai kopi modern. Konsep kedai kopi tradisional biasanya mempunyai ciri khas sederhana dengan modal tikar dan meja kecil, kemudian untuk menunya sendiri terdiri atas makanan makanan kecil seperti; kacang, makanan makanan kecil dan aneka gorengan. Sedangkan kedai kopi modern atau biasa disebut kedai kopi kekinian biasanya mempunyai ciri khas seperti layaknya *café* yang memiliki banyak fasilitas seperti mushola, kaca besar yang

² Haris Yusuf Muda Hasibuan, "Analisis Pengaruh Lokasi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Angkringan Mas Brow," *RISET PEMASARAN TERAPAN ANALISIS*, 2017.

biasanya digunakan untuk berfoto, aneka makanan ringan seperti *frenchfries*, cireng, dan aneka makanan berat seperti nasi goreng, mie goreng dst.

Kabupaten Tulungagung yang dikenal dengan julukan *kota cethe* dikarenakan budaya masyarakat yang sering nongkrong sambil meminum kopi menjadi salah satu penyebab munculnya julukan tersebut, *budaya nyethe* yang sangat familiar dikalangan masyarakat tulungagung ini mendukung adanya peluang bisnis kopi yang mendorong munculnya warung kopi di setiap sudut jalan Kabupaten Tulungagung.

Kebiasaan masyarakat Tulungagung yang menjadikan kopi sebagai bagian utama dalam menjalankan aktifitas, kebiasaan masyarakat Tulungagung yang memulai aktifitas dengan meminum kopi, serta menjadikan kopi sebagai tempat refleksi sesudah pulang bekerja, ajang reuni, hingga tempat bertukar pikiran yang berdampak pada perputaran ekonomi yang semakin meningkat dan membaik.

Banyaknya kedai kopi di Tulungagung mengharuskan para pemilik kedai kopi untuk pandai pandai dalam menarik konsumen, hal ini dilakukan dengan tujuan agar bisnis kita tidak kalah saing dengan dengan bisnis kedai kopi yang lain. Persaingan yang semakin ketat mendorong para pelaku usaha dibidang kedai kopi mengharuskan mereka memperhatikan hal hal kecil yang bisa berdampak terhadap keberlangsungan bisnis usaha mereka. Terutama kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting dalam sebuah bisnis kedai kopi. Menurut Lovelock dan Wright “kepuasan konsumen merupakan reaksi seseorang pasca pembelian sebuah produk atau kondisi emosional yang ditunjukkan berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan dan

kesenangan. Jika seorang konsumen merasa puas dengan pelayanan yang ia dapatkan kemungkinan besar mereka akan kembali lagi.³

Adanya pembelian kembali dari konsumen menandakan pelaku usaha dapat menjaga keberlangsungan usahanya, sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas dan tidak melakukan pembelian kembali akan berdampak buruk yaitu kehilangan konsumen, yang akan berakibat kehilangan pangsa pasar.⁴ Maka dari itu para pelaku usaha harus melakukan sebuah inovasi dalam menarik minat konsumen khususnya kedai kopi agar tertarik untuk datang dikedai kopi.

Kepuasan konsumen tidak terlepas dari faktor internal sebuah perusahaan tersebut, Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut dijelaskan oleh Rangkuti dalam Oktaviani dan Setyorini terdapat 5 (lima) faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.⁵ Pengendalian internal ini juga memiliki kaitan antar satu dengan yang lain seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Nina terkait pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada kedai Janji Jiwa di Solo, hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiganya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁶

³ Malik Ibrahim, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kelanggan," *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4, no. 1 (2019): 177.

⁴ Ana Mufidah, "Buy Back Saham Sebagai Sebuah Alternatif Kebijakan," *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* XII, no. 1 (2013): 1–24.

⁵ Nurvi Oktiani and Indyah Setyorini, "Service Quality Dan Customer Satisfaction Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV Jaya Motor Bekasi," *Jurnal Manajemen Dan Sekretariat* II, no. 1 (2018): 8–16.

⁶ Nina Purwitaningsih, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kota Solo," *Skripsi*, 2021, 1–20.

Kualitas pelayanan seperti dalam penelitian Nina juga masuk dalam upaya internal suatu perusahaan dalam eksistensi bisnis, sehingga kualitas pelayanan menjadi tolak ukur seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspektasi pelanggan, artinya kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan pencapaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁷ Semakin bagus kualitas pelayanannya maka semakin meningkat pula kepuasan yang didapatkan konsumen, hal ini akan mempermudah konsumen dalam menaruh kepercayaan terhadap pelayanan di suatu tempat.

Selain kualitas pelayanan, keragaman produk sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam memilih produk apa yang akan mereka beli. Keragaman produk juga memberikan banyak pilihan kepada konsumen dalam memilih suatu produk dengan berbagai variasi dan pilihan sehingga memunculkan rasa kepuasan.⁸

Tidak hanya keragaman produk dan kualitas pelayanan saja yang harus diperhatikan dari para pelaku usaha dibidang kuliner, lokasi yang strategis juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Lokasi yang strategis dapat menentukan keberlangsungan suatu usaha. Seperti penelitian yang dilakukan oleh I Gede Mulya Pradipta terkait Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas

⁷ Hario Tamtomo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Kopi Janji Jiwa Di Kota Jambi" 11, no. 1 (2023): 19–20.

⁸ burhanudin Ay manab semarang, sri hartono, "Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Index Sukoharjo" 03, no. 02 (2019): 533–40.

Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Yang Coffee Singaraja, hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh dan signifikan.⁹

Pemilihan lokasi yang tepat merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan oleh pelaku usaha. Lokasi yang strategis, nyaman, tenang, santai, dan tentunya mudah ditemukan atau diakses oleh para konsumen. Sebelum memutuskan untuk pergi ke sebuah kedai kopi tentunya mereka akan mempertimbangkan lokasi dan tempat dari kedai kopi tersebut. Menurut Fakhruddin lokasi adalah faktor utama dalam pemilihan tokoh konsumen, yang mana pemilihan lokasi yang strategis yang mudah dijangkau, dekat dengan pemukiman, nyaman, aman dan estetetik, adanya fasilitas yang mendukung misalnya lahan parkir, musola serta faktor faktor yang lain.¹⁰

Maka dari itu keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yang mana menurut Kotler keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli¹¹. Dan menurut Susanti, mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli, namun keputusan membeli adalah tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya. Yang mana konsumen membentuk keputusan

⁹ Pradipta and Yulianthini, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Yang Coffe Singaraja," *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi* Vol.4.No.1, no. ISSN: 2685-5526 (2022): hal. 85–94.

¹⁰ Desrianto, "Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cofee Town Bakery Di Kota Batam," *Skripsi Universitas Putera Batam UPB*, 2020, hal. 1–6.

¹¹ Irana Desy dan Rahmat. 2017."Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan". *Jurnal Ilman*, Vol.5 No.1, pp. 15-24, Februari 2017, ISSN 2355-1488. hal. 17

pembelian atas dasar faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, harga, gaya hidup dan lokasi.¹²

Maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan keputusan mutlak yang diambil oleh konsumen dalam memilih produk yang akan mereka beli, biasanya dimulai dengan mempertimbangkan beberapa hal seperti: keragamann produk, kualitas pelayanan dan lokasi. Hal ini seharusnya mampu di jalankan oleh para pebisnis kuliner terutama yang bergerak dalam bisnis kedai kopi, peluang usaha kedai kopi yang sudah dijalankan oleh para pebisnis dengan segala bentuk konsep secara tidak langsung telah meningkatkan pendapatan suatu wilayah. karena yang awalnya masyarakat hanya bekerja sebagai buruh ataupun yang belum mendapatkan pekerjaan otomatis akan mendapatkan pendapatan lain misalnya jika suatu wilayah yang awalnya penduduknya yang bekerja 60% setelah kedai kopi dibuka maka jumlah masyarakat yang bekerjapun otomatis akan meningkat secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan suatu daerah.

Persaingan ini terdapat beberapa faktor yang mengharuskan para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Salah satunya adalah Warkop Madjumapan, warkop ini berlokasi di Jalan Papinka, Pacet, Gedangsewu, Kec Boyolangu Kabupaten Tuluangagung, Jawa Timur.¹³ Warkop Madjumapan telah berdiri sejak bulan Mei 2023, warkop ini berada dipusat kota dan memiliki tempat yang strategis dan berada di dekat

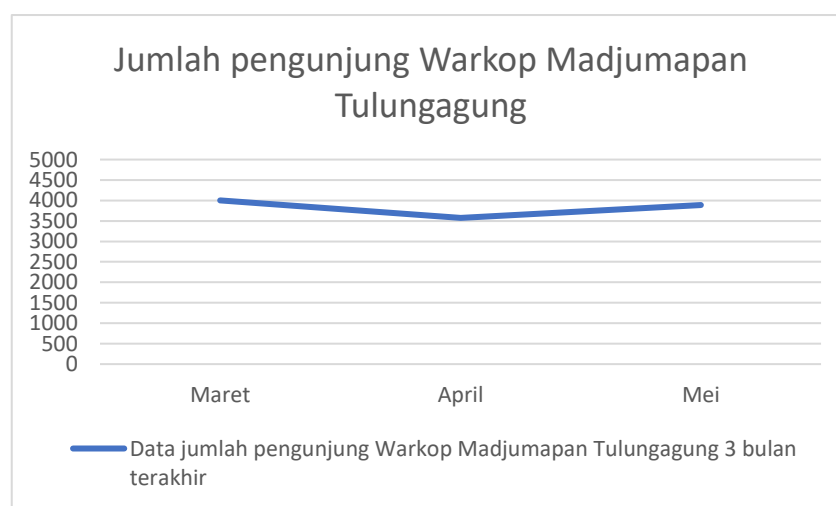
¹² Susanti, "Pengaruh Citra Merek, Harga, Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Starbucks Coffe Cabang Jambi", [*Skripsi*], (Jambi : Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin,2020)

¹³Warkopmadjumapan,dalam"<https://www.google.com/search?q=alamat+warkop+maju+mapan+tulungagung.co.id>" diakses pada 12 September 2023.

sungai yang menjadikan tempat ini cocok untuk nyangkruk dan menyeruput kopi, Warkop Madjumapan juga memiliki tempat parkir yang luas dan nyaman, selain dari segi lokasi. Warkop Madjumapan ini memiliki berbagai macam menu baik dari makanan ataupun minumannya.

Selain terdapat menu tersebut yang menjadi daya tarik Warkop Madjumapan yang juga memiliki berbagai inovasi dalam menarik sebuah pelanggan yaitu dengan sering merubah konsep sehingga tampilannya menjadi lebih berwarna dan lebih fresh, selain itu lokasi yang strategis dan nyaman juga menjadikan konsumen kembali lagi ke Warkop Madjumapan karena konsumen disuguhkan dengan pemandangan sungai dan suasana yang sejuk terutama pada waktu sore hari dan cocok untuk nongkrong bersama teman ataupun pasangan. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang. Hal ini dapat dilihat dari grafik jumlah pengunjung sebagai berikut:

Grafik 1.1
Jumlah pengunjung



Sumber : Laporan pengunjung Warkop Madjumapan Tulungagung 2024

Berdasarkan data pada 1.1 gambar grafik diatas terlihat bahwa jumlah pengunjung Maret mengalami peningkatan lalu pada bulan April mengalami penurunan, sedangkan pada bulan Mei mengalami kenaikan

Warkop Madjumapan juga menyediakan tempat yang indah dan nyaman yang cocok untuk nongkrong bagi anak anak muda, serta berbagai macam produk yang ditawarkan seperti aneka minuman juga terdapat snack seperti cireng, kentang goreng, tahu susu dan roti bakar, dll, sampai aneka makanan berat dengan harga yang terbilang murah, harga yang ditawarkan mulai Rp 6000 sampai Rp 17.000 sangat cocok untuk kantong pelajar ataupun mahasiswa.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Warkop Madjumapan Tulungagung dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung ?

3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung ?
4. Apakah keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung.
4. Untuk mengetahui apakah keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

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

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian, secara teoritis dapat digunakan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis mengenai strategi pemasaran.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan sebagai sumbangsih perbendaharaan di perpustakaan, khususnya mengenai pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan rujukan dalam penelitian selanjutnya, serta sebagai pertimbangan bagi para pelaku usaha yang mengalami masalah serupa.

c. Bagi Warkop Madjumapan

Penelitian ini digunakan untuk menganalisa dan memberikan masukan kepada pihak terkait, dan juga sebagai referensi strategi pengembangan usaha kedepannya.

E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Pada penelitian ini yang menjadi ruang lingkup serta batasan agar lebih terarah, fokus dari permasalahan yang akan dibahas. Yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini adalah variabel yang akan diteliti terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi. Sedangkan yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan yang didapat konsumen.

2. Keterbatasan Penelitian

Untuk mengetahui lebih jelas masalah yang akan diteliti, maka berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti hanya membahas beberapa faktor saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-

faktor tersebut adalah keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi. Dan penelitian ini dilakukan di Warkop Madjumapan Tulungagung.

Alasan penelitian ini dibatasi karena agar penelitian ini lebih terarah dan dapat dibahas secara tuntas sehingga dapat mencapai sasaran yang diharapkan terhadap penelitian mengenai kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yang diperoleh dari kuesioner pengunjung Warkop Madjumapan Tulungagung.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Keragaman Produk

Keragaman produk dapat didefinisikan sebuah persentase yang diharapkan serta sebuah pengendalian terhadap harapan tersebut guna memenuhi keinginan konsumen.¹⁴

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

c. Lokasi

Lokasi adalah tempat tempat atau berdirinya perusahaan tempat usaha. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi

¹⁴ Lailatus Sa'adah & Abdullah Fajarul Munir, *Keragaman Produk, Harga, dan Citra Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Jombang : LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2018), hal. 9-11.

strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha.¹⁵

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah hasil perbandingan yang dirasakan antara kinerja produk dan kesesuaian harapan yang di inginkan konsumen setelah pembelian. Jika produk sesuai atau melampaui harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya jika produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen tidak merasa puas.¹⁶

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi, terhadap kepuasan konsumen di Warkop Madjumapan Tulungagung. Pada penelitian, objek yang diteliti terdiri dari 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Yang mana X1 adalah keragaman produk, X2 adalah kualitas pelayanan, X3 adalah lokasi dan Y adalah kepuasan konsumen.

G. Sistematika Penulisan Skirpsi

Dalam penyusunan skirpsi ini, sistematika yang digunakan terdiri dari 6 bab, 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

¹⁵ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 76

¹⁶ Firman Ghazali Djunaidi, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam....*, hal. 31

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 subbab dalam teori ini adalah Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi 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 keragaman produk terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh secara bersama keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.
- Bab V Berupa pembahasan yang akan menjelaskan tentang temuan temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian. Dengan subbab diantaranya pengaruh keragaman produk terhadap

kepuasan konsumen, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh secara bersama keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi 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.