

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era globalisasi pada saat ini membawa dampak yang besar untuk pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang bisnis ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif maka harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan. Meningkatkan kualitas akan produk barang ataupun pelayanan yang ditawarkan merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Oleh karena itu strategi kepuasan pelanggan harus didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah segalanya bagi perusahaan sehingga harus benar-benar memperhatikan apa yang dibutuhkan konsumen, seperti fasilitas, kenyamanan, pelayanan, harga yang sesuai dengan kualitas, dan keunikan sebagai nilai tambah sebagai pembeda dari perusahaan lain. Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman yang dimulai dari skala kecil sampai dengan bisnis yang berskala besar.

Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas layanan yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves et al, 2004). Sedangkan Oliver (2007) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007). Dengan adanya upaya peningkatan kualitas pelayanan yang baik maka dapat menimbulkan suatu kepuasan konsumen, dan berkemungkinan besar menarik konsumen baru. Konsumen yang telah loyal pada suatu produk juga dapat diartikan konsumen tersebut merasa terpuaskan kebutuhan sehingga melakukan pembelian lebih dari sekali. Hal tersebut sangat menguntungkan perusahaan, karena melalui terpuasnya kebutuhan konsumen, konsumen tidak akan melirik perusahaan lain dan dalam proses loyalitas tersebut, kemungkinan besar terjadi promosi gratis dalam bentuk word of mouth yang dilakukan oleh konsumen loyal kepada konsumen lainnya. Selain dibutuhkannya pelayanan yang memuaskan, produk yang berkualitas

juga diperlukan guna peningkatan kepuasan konsumen.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan penjualan. Konsumen akan tertarik dan merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Menurut Kotler (2005) kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk ataupun pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Dengan adanya kualitas produk yang baik inilah yang akan membuat para konsumen puas dan percaya. Kepuasan konsumen merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh produsen. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang.

Pada awalnya, minum kopi adalah kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu. Menurut *International Coffee Organization Indonesia* (2017), saat ini perkembangan kopi di Indonesia terus mengalami kemajuan yang cukup signifikan. Beberapa daerah di Indonesia dikenal sebagai penghasil kopi terbaik dunia. Di Pulau Sumatera saja misalnya dapat dilihat banyak jenis kopi berkualitas yang juga sudah dikenal hingga ke mancanegara seperti misalnya kopi Sidikalang Sumatera Utara, kopi Mandailing, kopi Gayo Aceh, kopi Sumatera Selatan dan sebagainya. Lampung merupakan penghasil kopi kualitas terbaik di Indonesia dan mungkin se dunia dengan biji Kopi Robusta. Provinsi Lampung diparticipasi oleh perkebunan Kopi Lampung Barat ragam Robusta berasal dari areal Sumber Jaya–Sukau – Suoh. Kopi Lampung memiliki kelebihan tersendiri juga tekstur yang

sangat halus serta cita rasanya yang khas dan sangat kompleks jika dibandingkan dengan jenis kopi yang ada di dunia.

Di Lampung, *coffee shop* biasa diucap kedai kopi ataupun warung kopi. Definisi *coffee shop* menurut (Wiktionary, 2010) dapat dimaksud suatu kafe kecil ataupun restoran kecil yang umumnya menjual kopi dan santapan simpel dengan sarana yang mendukung di tempat tersebut. Senada dengan Wiktionary, penafsiran *coffee shop* ataupun warung kopi sendiri dalam kamus besar Bahasa Indonesia karya Poerwadarminta (Anik, 2009) merupakan suatu tempat yang menjual kopi serta tipe minuman yang lain, dan makanan- makanan kecil dengan harga yang murah. Pada masa ini di kota Bandar Lampung khususnya wilayah Tirtayasa semakin banyak kedai kopi baru yang berdiri. Namun tidak seluruh kedai kopi banyak didatangi oleh konsumen, cuma kedai kopi tertentu yang nampak ramai oleh wisatawan. Terdapat banyak perihal yang mempengaruhi pembelian di suatu kedai kopi, misalnya produk, layanan, merek, posisi, kelompok rujukan, harga, promosi, serta lain- lain. Berkembangnya kedai kopi yang salah satunya 20 Kopi Tirtayasa tepatnya terletak di Jalan Pangran Tirtayasa, Sukabumi, Bandar Lampung yang ingin penuhi kemauan serta kebutuhan konsumennya.

Perihal ini menarik perhatian mengingat posisinya bukan terletak di posisi perkotaan. 20 Kopi ialah suatu usaha dagang yang bergerak pada minuman kopi, yang didirikan pada tahun 2021. Sebagai usaha yang bergerak dalam penjualan kopi, 20 kopi menerapkan beberapa strategi untuk produknya yaitu dengan memasarkan melalui media sosial dan memberikan pelayanan terbaik. Di salah satu cabang 20 kopi tirtayasa ini selama beberapa bulan mengalami volume penjualan

yang belum stabil / naik, hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. 1 Data Penjualan 20 Kopi Tirtayasa

Bulan April 2021 – Agustus 2021

Bulan	Kenaikan / Penurunan Penjualan
April 2021	3.090 cup
Mei 2021	3.165 cup
Juni2021	3.435 cup
Juli 2021	1.852 cup
Agustus 2021	2.137 cup

Sumber: Kopi 20 Tirtayasa pada tahun 2021

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa dalam 5 bulan terakhir 20 kopi di tirtayasa mengalami fluktuasi (kondisi yang berubah-ubah / tidak tetap), mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pembelian. Hal ini terjadi karena pembelian konsumen yang belum stabil. Agar dapat terus bersaing, maka perusahaan harus memiliki perbedaan yang membuat para konsumen tertarik dan terus bertahan. Semakin banyak nya persaingan, semakin disadari bahwa kualitas pelayanan menjadi hal yang diharapkan oleh pelanggannya. Bagaimana merancang pelayanan terhadap pelanggan sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut (Tiza & Susanti, 2019).

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Tiza &

Susanti, 2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Begitu pula produk yang memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan penjualan. Konsumen akan membeli produk jika mereka merasa tertarik dan cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih diorientasikan pada keinginan pasar ataupun selera konsumen (Hayati & Sekartaji, 2015). Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (Kotler, 2005). Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Hayati & Sekartaji, 2015) bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan begitu, ketika seorang konsumen membeli suatu produk dengan kualitas yang baik dan pelayanan yang memuaskan maka konsumen merasa puas dengan apa yang dikeluarkan untuk dapat membeli apa yang diinginkan.

Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen 20 Kopi Tirtayasa Di Bandar Lampung)”**.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah. Masalah yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada 20 Kopi Tirtayasa di Bandar Lampung ?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada 20 Kopi Tirtayasa di Bandar Lampung ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada 20 Kopi Tirtayasa di Bandar Lampung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada 20 Kopi Tirtayasa di Bandar Lampung.
2. Untuk menganalisis apakah kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada 20 Kopi Tirtayasa di Bandar Lampung.
3. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada 20 Kopi Tirtayasa di Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat dijadikan referensi penelitian selanjutnya mengenai variabel terkait kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk perusahaan khususnya pada 20 Kopi Tirtayasa di Bandar Lampung dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini hanyalah kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini hanya ditunjukkan pada konsumen yang pernah melakukan pembelian produk 20 Kopi Tirtayasa di Bandar Lampung.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Serta kajian empiris yang berisi penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, jenis penelitian, sumber data, populasi, sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian, variabel operasional, uji instrumen, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi analisis dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh

kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan objek penelitian nya 20 Kopi Tirtayasa di Bandar Lampung.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dan saran dari hasil penelitian