

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era sekarang masyarakat mengikuti setiap perubahan sekecil apapun perubahan tersebut. Tidak terkecuali perubahan terhadap gaya hidup seseorang saat ini, misalnya gaya hidup mengkonsumsi kopi yang semakin meningkat. Kopi merupakan salah satu jenis minuman yang banyak diminati sebagian besar masyarakat dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup.

Dengan meningkatnya konsumsi kopi yang ada pada masyarakat ini sangat berdampak terhadap terjadinya persaingan antara warung kopi dengan café yang memang menjual kopi untuk memenuhi kebutuhan konsumen kopi yang sangat beragam. Pemilik warung kopi atau café dituntut untuk sering melakukan perubahan ataupun inovasi dan mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen agar konsumen merasa betah dan puas terhadap warung kopi atau café tersebut. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Philip Kotler, 2005) dalam (Fardani, 2013).

Di kecamatan Menganti sendiri semakin banyaknya warung kopi baru yang berdiri dan banyak tersebar di wilayah kecamatan Menganti, namun tidak banyak warung kopi di Menganti banyak yang di kunjungi oleh konsumen, karena warung kopi tertentu saja yang terlihat banyak

pengunjung. Sikap konsumen dan minat membeli di suatu warung kopi tersebut dipengaruhi banyak hal, seperti kualitas produk yang terjamin dan kualitas pelayanan. Kualitas dari produk yang dijual harus dijaga untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Hal tersebut harus dilakukan oleh pemilik warung kopi yang sedang dikelola jika ingin sebuah usaha akan bertahan hidup, maka harus memikirkan cara yang efektif dan efisien agar dapat bersaing. Salah satu cara yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan ataupun kualitas produk yang di kelolah, kualitas layanan mendorong konsumen untuk tetap bertahan kepada produk dan layanan suatu warung kopi sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk.

Kualitas layanan sangat berpengaruh dalam mempertahankan konsumen supaya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kualitas layanan ialah tingkatan keunggulan yang diharapkan dan penegndalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono 2008:59) dalam (Runtunuwu, Oroh, & Taroreh, 2014). Sedangkan kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikannya mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya (2011:152) dalam (Runtunuwu et al., 2014).

Selain adanya kualitas pelayanan kualitas produk pun mempengaruhi kepuasan konsumen, Kotler dan Amstrong (2008) dalam (Kristian & Widayanti, 2016) menyatakan bahwa produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akusisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Utami (2010) dalam (Montung, Sepang, & Decky,

2015) menjelaskan produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan kepada konsumen dalam memberikan pelayanan, letak dan nama barang dagangannya. Sedangkan kualitas produk merupakan kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang di jalani oleh warung tersebut dengan bermutu dan berkualitas yang baik.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas suatu produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan dalam setelah terjadinya proses pembelian . Pelanggan merasa puas akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk Kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan memberikan informasi produk yang baik kepada orang lain, tidak dengan pelanggan yang tidak puas pelanggan tersebut akan lebih untuk membeli dan menggunakan produk baru tersebut yang dianggap lebih mampu memenuhi kepuasannya keinginannya mereka dan meninggalkan produk yang sebelumnya, serta pelanggan tersebut tidak akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang - orang disekitarnya. Proses ini akan terus menerus berulang sampai konsumen tersebut merasa terpuaskan atas keputusan pembelian produk. Sedangkan kepuasan disini adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2009:177) dalam (Khotimah 2013), sedangkan Rangkit (2011) dalam (Gulla, Oroh, & Roring, 2015) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara

tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang di rasakan setelah penggunaan atau pemakaian.

Dengan perubahan gaya hidup konsumen dan meningkatnya persaingan yang tinggi mendorong pemilik Warung Kopi Pantura membuka warung kopi yang menawarkan kesan santai, tenang dan nyaman untuk berkumpul para konsumen dengan saudara ataupun temanya hanya ingin bersantai menikmati kopi yang disajikan.

Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan Warung Kopi Pantura dalam memasarkan produknya untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah penggunaan 4P yaitu (product, price, promotion dan place). Sudah banyak warung kopi yang menerapkan strategi baruan pemasaran, hal ini dilihat banyaknya warung kopi tidak hanya menjual kelezatan produk minuman atau makanannya saja melainkan mereka juga memperhatikan faktor - faktor dalam bisnis untuk memenuhi kepuasan konsumennya. Setiap warung kopi memiliki ciri khas tersendiri dalam meningkatkan pelanggan dan memberi kepuasan terhadap konsumen. Berhasil atau tidak penerapan strategi yang dilakukan akan mempengaruhi kelangsungan bisnis usaha tersebut.

Dari uraian diatas penelitian ini memfokuskan pada kualitas pelayanan dan kualitas produk Warung Kopi Pantura dan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen yang telah berkunjung di Warung Kopi Pantura sehingga berdasarkan latar belakang tersebut, saya bermaksud untuk mengambil topik **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG KOPI PANTURA DI KECAMATAN MENGANTI GRESIK”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Pantura di Kecamatan Menganti Gresik?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Pantura di Kecamatan Menganti Gresik?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Pantura di Kecamatan Menganti Gresik?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Pantura di Kecamatan Menganti Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Pantura di Kecamatan Menganti Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Pantura di Kecamatan Menganti Gresik.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan Warung Kopi Pantura dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang di berikan. Selain itu sebagai suatu acuan untuk evaluasi dan meningkatkan kulaitas pelayanan dan kaulaitas produk terhadap kepuasan konsumen.

### 2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khusus.nya bagi mahasiswa manajemen serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

### 3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan mengasilkan informasi seputar Warung Kopi Pantura tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan.