

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era saat ini, kebiasaan ngopi kembali menjamuri kalangan anak muda hingga orang dewasa di Indonesia sehingga, tidak sedikit anak muda atau orang dewasa datang ke coffee shop hanya untuk kebutuhan minum kopi atau konsumsi. Tetapi pada era saat ini, banyak yang memanfaatkan coffee shop untuk sekedar berkumpul bersama teman atau kerabat, mengerjakan tugas, rapat, mengisi waktu luang.

Kebiasaan ngopi saat ini sudah menarik minat berbagai kalangan, sehingga banyak pengusaha membuka usaha coffee shop. Hal ini membuat para pelaku bisnis harus berlomba-lomba untuk menarik konsumen serta saling adu kreatifitas untuk mengembangkan bisnisnya. Oleh sebab itu, mengharuskan untuk terus meningkatkan pelayanan agar mencapai kepuasan konsumennya, dan selalu memperbaiki aspek-aspek penting agar dapat meningkatkan penjualan produknya, serta menerapkan strategi pemasaran untuk kelanjutan usahanya.

Strategi pemasaran merupakan keseluruhan usaha dari suatu bisnis bertujuan untuk menjangkau target konsumen yang dianggap prospektif. Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Karinda dkk, 2018).

Colors Cafe merupakan tempat untuk makan dan minum yang bertema warna dengan kesan tempat yang aesthetic dan menjual beraneka macam minuman serta makanan. Didirikan pada tahun 2018, berlokasi di Jl. Raya Domas, Kec. Menganti, Kab. Gresik. Pembukaan usaha ini didasari alasan karena, lokasinya yang cukup strategis dekat SMPN 1 & SMAN 1 Menganti dimana tempat tersebut banyak anak remaja. Selain itu, untuk memenuhi kebutuhan warga sekitar yang suka quality time. Cara mempertahankan konsumen dengan memberikan kepuasan mengenai harga yang relatif murah, kualitas pelayanan sangat baik dan suasana tempat yang nyaman.

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Maramis dkk, 2018). Harga yang diberikan relatif murah mulai dari Rp. 5000,- sampai Rp. 35.000,-. Berdasarkan penentuan lokasi yang dirasa hanya dipinggiran kota, dan banyak siswa sekolah menjadi penentu dalam mengambil keputusan mematok harga rendah. Meski begitu, tetap memberikan pelayanan yang memuaskan walaupun hanya sekedar cafe. Sebab, kualitas pelayanan dapat menjadi pertimbangan seseorang untuk datang kembali.

Kualitas Pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima (Bakti dkk, 2020). Menurut review konsumen yang terdapat pada google, kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik. Karyawan bekerja sesuai peraturan-peraturan yang ditetapkan dan selalu mendengarkan kritik dan saran dari konsumen. Dengan demikian, memberi kesan suasana yang nyaman bagi pengunjung. Tetapi, untuk kecepatan proses

pembuatan dan pengantaran makanan minuman terbilang cukup lama, saat cafe sedang ramai maupun sepi.

Store Atmosphere merupakan suasana toko yang meliputi interior, exterior, dan tata letak yang dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen yang membeli dan meningkatkan minat (Samsiyah, 2021). Store Atmosphere merupakan suasana toko atau tempat yang sangat berpengaruh untuk membuat konsumen merasa nyaman saat mengunjungi. Seorang pelanggan pasti memilih tempat yang aman dan nyaman, khususnya siswa yang butuh tempat nyaman untuk mengerjakan tugas. Konsep yang digunakan yaitu outdoor dan indoor, diperuntukkan bagi perokok dan yang tidak. Untuk yang outdoor karena konsepnya terbuka dan kurang pencahayaan, menjadi sarang nyamuk saat malam hari. Selain itu, disaat hujan wilayah outdoor pasti terkena percikan air hujan yang menyebabkan cafe menjadi kotor. Meski begitu, Colors Cafe memberi fasilitas seperti kamar mandi, mushola, wifi, charger, tv, lcd, dan lain-lain. Suasana dan fasilitas yang diberikan, diharapkan dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Kepuasan merupakan penilaian subjektif dari kinerja produk yang terkait dengan harapan konsumen sebelumnya (Pahlevi, 2018). Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka (Maramis dkk, 2018). Kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang harus diperhatikan. Terciptanya kepuasan dapat meningkatkan hubungan positif antara penjual dan pembeli. Jika konsumen merasa terpuaskan dengan produk atau pelayanan tertentu, mereka pasti tidak akan berpaling. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan berperan penting dalam menciptakan kepercayaan.

Berdasarkan pengamatan-pengamatan yang ada pada setiap pernyataan-pernyataan, perkembangan Colors Cafe dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya, harga relatif murah, pelayanan kurang cepat, dan suasana malam yang kurang nyaman bagi pengunjung. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Produk, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen di Colors Cafe Menganti Gresik”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Colors Cafe Menganti Gresik?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Colors Cafe Menganti Gresik?
3. Apakah Store Atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Colors Cafe Menganti Gresik?
4. Apakah Harga Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Colors Cafe Menganti Gresik?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen di Colors Cafe Menganti Gresik
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Colors Cafe Menganti Gresik
3. Untuk mengetahui pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan konsumen di Colors Cafe Menganti Gresik

4. Untuk mengetahui pengaruh harga produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Colors Cafe Menganti Gresik.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan agar manajemen lebih baik lagi dalam mengelola perusahaan. khususnya di bagian pemasaran dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen terhadap harga, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* di Colors Café Menganti Gresik

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Penulis berharap hasil penelitian tentang pengaruh harga produk, kualitas pelayanan dan store atmotsfer terhadap kepuasan konsumen di Colors Café Menganti Gresik dapat menjadi masukan atau dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa. Khususnya mahasiswa PGRI Adi Buana Surabaya dan dapat dijadikan sebagai bahan pembanding penelitian-penelitian di masa mendatang.

3. Bagi Peneliti

Dapat menjadi sarana penerapan ilmu yang didapatkan selama kuliah dan menambah ilmu pengetahuan untuk menghadapi dunia kerja. Menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman serta bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai pemasaran dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen terhadap harga, kualitas pelayanan dan *store atmosphere*.

4. Bagi Masyarakat

Sebagai penambah wawasan untuk para pembaca supaya dapat mengetahui pentingnya pengaruh harga produk,

kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap  
kepuasan konsumen di Colors Café Menganti Gresik