

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang coffe shot. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas inovasi produk, harga dan lokasi menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan

Inovasi produk yang dijual bervariasi dan rasa terbaru sehingga konsumen merasa tertarik dengan produk yang dijual oleh Kopi Lain Hati Delta Sari. Dengan semakin

banyaknya kopi yang menjual produk yang inovatif tentunya Kopi Lain Hati Delta Sari harus turut bersaing agar konsumen tertari dengan produk dari Kopi Lain Hati Delta Sari. Inovasi produk digunakan dalam keseluruhan operasional coffe dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan untuk menarik konsumen

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang. Dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Kopi lain hati termasuk coffe shot baru maka dari itu harga di kopi lain hati menyesuaikan harga pasar yang pada umumnya. Tetapi hal ini tidak membuat konsumen untuk mendatangi kopi lain hati jadi berkurang. Lokasi merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus.

Lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja. Harga hal yang telah disebutkan diatas banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong, 2001). Setiap konsumen pasti mempunyai persepsi yang berbeda tentang harga yang ditawarkan oleh suatu toko. Konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut jika harga sesuai dengan kemampuan konsumen.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menilai kepuasan konsumen jika dilihat dari beberapa faktor diantaranya inovasi produk, harga dan lokasi sehingga pihak kopi lain hati dapat mengelola bisnis dari faktor-faktor tersebut agar produk yang mereka jual dapat dinikmati konsumen dan konsumen merasa puas atas produk mereka, dan harapannya bisa memperluas bisnisnya dan konsumen lebih mudah membeli produknya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Lain Hati Deltasari”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Lain Hati di Delta Sari?
2. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Lain Hati di Delta Sari?
3. Apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Lain Hati di Delta Sari?
4. Apakah Inovasi Produk, Harga dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Lain Hati di Delta Sari?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Tujuan Umum

1. Untuk dapat melengkapi salah satu syarat bagi mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

2. Penelitian ini untuk mewujudkan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi tentang pemasaran.
3. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teori yang diperoleh dari bangku kuliah yang nantinya sebagai bekal terjun ke masyarakat.

B. Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen Kopi Lain Hati di Delta Sari.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Kopi Lain Hati di Delta Sari.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Kopi Lain Hati di Delta Sari.
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Kopi Lain Hati di Delta Sari.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Adapun manfaat tersebut antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran. Inovasi produk, harga, lokasi dan kepuasan konsumen

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang bisnis dan juga dapat meningkatkan kemampuan menganalisa kepuasan konsumen dalam jangkauan tersebut.

2. Bagi Pemilik Owner Kopi Lain Hati

Dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam menentukan kebijakan pengelolaan bisnis kopi lain hati

3. Bagi peneliti selanjutnya
Dapat dijadikan bahan referensi dalam peneliti selanjutnya yang keterkaitannya dengan obyek penelitian.

Halaman ini sengaja dikosongkan