

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kuliner dari berbagai negara mulai dalam negeri maupun luar negeri seperti makanan atau minuman. Salah satunya adalah Indonesia, Indonesia adalah negara yang mempunyai wilayah luas dari Sabang sampai Merauke dengan adat, kebudayaan, kebiasaan yang berbeda – beda dan juga budaya kuliner yang berbagai macam jenisnya. Sangat banyak keanekaragaman jenis-jenis kuliner disini karena Indonesia ini kaya akan hasil tanam yang mempunyai nilai jual tinggi untuk dijadikan bahan dasar olahan makanan atau minuman dibidang kuliner dengan kualitas yang baik.

Hidangan di Indonesia adalah salah satu hidangan yang sangat populer di dunia. Masakannya juga memiliki peranan yang penting didalam budaya Indonesia, secara umum makanan-makanan ini memiliki aroma dan cita rasa yang khas karena Indonesia kaya akan rempah yang berkualitas tinggi. Di Indonesia minuman paling umum dan populer adalah kopi dan teh, minuman ini sangat mudah untuk dijumpai dimana-mana karena terkenal sebagai penghasil kopi dan teh terutama di Jawa salah satunya dirumah tangga biasanya kopi dan teh ini digunakan untuk disajikan kepada tamu. Pada umumnya disajikan dalam keadaan panas atau hangat, tetapi tidak jarang juga disajikan dalam keadaan dingin sebab digemari banyak orang.

Pada saat ini di era sekarang yang semakin maju dan berkembang sudah sangat banyak inovasi dari makanan maupun minuman dengan berbagai ide yang kreatif. Salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang para pembisnis cukup bersaing ketat untuk menarik pelanggan dari berbagai kalangan dengan produk yang mereka punya. Salah satu usaha yang saat ini sedang bersaing ketat adalah coffee shop.

Menurut Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021) seiring perkembangan zaman, hal ini sering terjadi dengan perubahan gaya hidup dalam mengkonsumsi minuman kopi karena masyarakat berfikir bahwa minum kopi di coffee shop terbilang elit dan eksklusif. Saat ini industry coffee shop di Indonesia terbilang banyak, hal ini terjadi dikarenakan pengaruh era globalisasi masa kini yang dimana masyarakat merubah gaya hidup mereka dengan memutuskan meminum kopi di coffee shop dibanding di warung biasa. Banyak perusahaan coffee shop di Indonesia menimbulkan adanya perhatian khusus tersendiri bagi masyarakat untuk memilih produk yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan, dalam hal ini perusahaan diharuskan cermat dalam menyusun strategi untuk mendapatkan hati dari konsumen. Akan tetapi, mengkonsumsi minuman kopi di coffee shop tidak hanya dilakukan oleh mereka yang berpenghasilan atau sudah bekerja. Namun, konsumen yang masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa pun ternyata cukup sering berkunjung di coffee shop. Pada umumnya di coffee shop yang menjadi poin utamanya adalah dari segi kualitas produk yang diberikan terhadap konsumen dimana konsumen akan merasa puas dengan kualitas produk yang disajikan dari coffee shop.

Menurut Razak, I., dkk (2019) kualitas produk merupakan keunggulan suatu produk yang menjelaskan tentang kemampuan suatu produk untuk memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas produk yang telah ditentukan. Ketika konsumen menginginkan kepuasan, maka produk yang diinginkan konsumen harus berkualitas. Kualitas produk merupakan factor utama yang menjadi pertimbangan konsumen, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Aulia, M., & Hidayat, I. (2017) kualitas produk (*product quality*) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Menurut Kotler (2012) dalam Fatmaningrum, S. R., dkk (2020) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Riyono dan Gigih Erlik Budiharja (2016) dalam Fatmaningrum, S. R., dkk (2020) kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Wijaya (2011) dalam Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019) menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Adanya kualitas produk yang baik akan menarik banyak konsumen untuk berdatangan dan membuat konsumen puas dengan produk yang disajikan.

Menurut jurnal Jaya, M. (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dalam menentukan dan memilih suatu produk juga tidak lepas dari kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atas produk atau jasa yang dihasilkan. Perusahaan dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan meningkat, dan dengan cermat menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya perusahaan untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas produk dan pelayanan yang diberikan.

Peneliti sebelumnya telah melaksanakan observasi di coffee shop Kudungopi Wringinanom yang mana coffee shop tersebut sangat ramai disetiap harinya, tidak hanya dihari libur Sabtu dan Minggu pada umumnya yang biasanya tempat-tempat coffee shop tersebut selalu ramai dengan pengunjung, tetapi untuk coffee shop yang satu ini dihari kerja dari Senin sampai Jumat sekalipun selalu ramai dengan pengunjung. Pada umumnya, biasanya untuk tempat-tempat coffee shop seperti ini ramai hanya dihari libur saja. Pengunjung yang berdatangan juga dari berbagai

kalangan tidak hanya dari anak remaja tetapi dari orang-orang dewasa. Coffee shop ini juga menyediakan fasilitas WiFi, playstation (PS), dan untuk menu yang ditawarkan juga banyak, mulai dari makanan berat, makanan ringan (camilan), minuman kopi dan smothies. Dari sekian banyak menu yang ditawarkan kepada pengunjung, kebanyakan pengunjung memesan minuman kopi.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dari itu peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk Minuman Coffee Terhadap Kepuasan Konsumen Di Coffee Shop Kudungopi Wringinanom”

B. Batasan Masalah

Batasan masalah ini dimaksudkan untuk memberi gambaran yang jelas tentang maksud dari judul untuk menghindari kesalahpahaman terhadap masalah yang diteliti. Sesuai dengan latar belakang masalah yang ada, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di coffee shop Kudu Ngopi yang berlokasi di Wringinanom
2. Penelitiannya meneliti kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk minuman coffe yang ada di coffee shop Kudu Ngopi Wringinanom

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas produk minuman coffee di coffee shop Kudu Ngopi di Wringinanom?
2. Adakah pengaruh kualitas produk minuman coffee terhadap kepuasan konsumen di coffee shop Kudu Ngopi di Wringinanom?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas produk minuman coffee terhadap coffee shop Kudu Ngopi Wringinanom
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk minuman coffee terhadap kepuasan konsumen di coffee shop Kudu Ngopi Wringinanom

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, maka manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Dapat memberikan sumbang saran dalam pengembangan ilmu boga khususnya pada bidang industry food and beverage
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi dalam melakukan penelitian di bidang boga
3. Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi peneliti
4. Sebagai sumbang saran informasi bagi pihak yang berkepentingan khususnya coffee shop Kudu Ngopi Wringinanom dalam usaha pencapaian konsumen dengan memperhatikan factor kualitas produk tersebut
5. Sebagai sumber inspirasi dalam membuat inovasi penelitian di bidang kuliner

