

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi yang terjadi pada saat ini membuat kompetisi di dunia bisnis semakin ketat. Pertumbuhan ekonomi yang dialami Indonesia saat ini yaitu sekitar 5,07 persen di tahun 2017 (www.bps.go.id) membuat pertumbuhan industri di Indonesia juga berkembang. Di Indonesia, industri yang terus menerus berkembang adalah industri makanan dan minuman. Sektor yang berkembang dalam industri makanan dan minuman dalam beberapa tahun terakhir adalah kedai kopi (coffee shop). Irvan Helmi selaku ketua Asosiasi Kopi Spesial Indonesia (AKSI) mengatakan bahwa pertumbuhan jumlah coffee shop di Indonesia bahkan diperkirakan hingga 100%. Berbagai outlet yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai bentuk banyak bermunculan, Dari yang sederhana hingga yang mewah.

Seiring dengan perkembangan jaman, gaya hidup dan budaya yang serba instan pada masa kini yang ditimbulkan dari kesibukan membuat masyarakat jenuh dan ingin mencari suasana baru. Coffe shop merupakan salah satu dari berbagai pilihan masyarakat untuk melepaskan penat ditengah kesibukan kota metropolitan. Bertumbuhnya coffee shop sendiri tidak lepas dari pengaruh asing. Kemunculan

Starbucks pertama kali di Indonesia pada tahun 2002 mampu membawa fenomena baru, kini kita melihat franchisor lain, seperti Dunkin' Donuts, The Coffee Bean, Sensory Lab, dan lainnya ikut meramaikan pasar kedai kopi di Indonesia. Seakan terinspirasi dari fenomena ini, kepekaan para pelaku usaha pun dapat dilihat dengan munculnya kedai-kedai kopi dengan brand Indonesia seperti Excelso Coffee, Kopi Luwak, Kopi Tuku, Anomali Coffee, Maxx Coffee dan lain, yang akhirnya merubah gaya hidup masyarakat Indonesia menjadi gemar pergi ke café khususnya di Jakarta.

Kopi sendiri bukan produk baru di Indonesia karena Indonesia merupakan produsen kopi terbesar ketiga di dunia (www.kemenperin.go.id). Menurut Ketua Departemen Specialty & Industri BPP Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) Moelyono Soesilo mengatakan, tahun ini produksi kopi bisa ditargetkan sekitar 12 juta - 12,5 juta karung atau sekitar 720.000-750.000 ton. Sementara, produksi kopi pada 2017 berkisar 10 juta - 10,5 juta karung atau 600.000 - 630.000 ton.

Persaingan bisnis di Industri restoran / coffe shop berbagai cara dilakukan oleh coffeshop untuk memenuhi kepuasan konsumen. Strategi pemasaran pun menggunakan berbagai cara salah satunya adalah marketing mix atau 4P, 'Marketing mix' disini didefinisikan sebagai alat marketing yang digunakan perusahaan untuk mencapai laba yang maksimal, yang terdiri dari empat level keputusan marketing yaitu diantaranya adalah produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan

lokasi (place). Kepuasan konsumen didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2016:153), yang menyatakan bahwa :

“Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau gembira.”

Faktor-faktor penunjang kepuasan konsumen yaitu terdapat empat elemen dalam kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2013:182) yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor pelayanan, faktor emosional.

Excelso Coffee dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen juga menetapkan berbagai strategi dari seperti meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan penetapan harga. Excelso cafe dalam proses usahanya harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produknya agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan terus meningkat. Meskipun prosedur produksi dan pemasaran telah dilakukan dengan baik, pada kenyataannya volume penjualan dan jumlah konsumen di Excelso cafe mengalami penurunan omset pada dua tahun terakhir. Berikut adalah tabel data penjualan Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta.

Table 1.1 Perbandingan Pendapatan

Bulan	Pendapatan (Omset)	
	Actual 2016	Actual 2017
January	Rp 240.484.092	Rp 174.523.807
February	Rp 198.526.785	Rp 161.364.060
March	Rp 253.195.428	Rp 258.309.404
April	Rp 224.411.551	Rp 247.681.914
May	Rp 238.382.776	Rp 248.647.977
June	Rp 227.179.790	Rp 274.017.834
July	Rp 309.069.368	Rp 240.980.961
August	Rp 253.691.147	Rp 226.943.032
September	Rp 248.592.628	Rp 222.224.683
October	Rp 227.323.739	Rp 210.727.122
November	Rp 207.535.566	Rp 177.811.643
December	Rp 268.824.880	Rp 256.862.915

Sumber: Dokumentasi Excelso Mall Kelapa Gading 3

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa penjualan yang terjadi dari tahun 2016-2017 di beberapa bulan mengalami penurunan yang cukup signifikan. Penjualan Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta yang mengalami penurunan signifikan ini kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak berjalan sesuai dengan fungsinya, sehingga menyebabkan penjualan tidak maksimal. Berdasarkan data-data yang didapat, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi seperti tingkat kepuasan konsumen yang kurang optimal berpengaruh terhadap volume penjualan yang masih cenderung menurun tiap bulan nya, adanya persepsi harga yang cukup tinggi menyebabkan tingkat penjualan kurang optimal. Variasi harga tidak unggul karna tidak adanya pilihan harga dan beberapa konsumen merasa tidak puas, kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal, dikarenakan

masih adanya komplain dari konsumen. Banyaknya pesaing usaha coffee shop yang berada disekitar lokasi Mall Kelapa Gading 3 Jakarta.

Table 1.2 daftar cafe di Mall kelapa Gading 3 Jakarta

Nama coffe shop	Lokal	Non Lokal
Starbucks Coffe		✓
Kopi Luwak	✓	
Excelso Coffee	✓	
J.CO Donuts & Coffee	✓	
Krispy Kreme		✓
Sensory Lab		✓
Maxx Coffee	✓	
Coffee Bean & Tea Leaf		✓
QQ Kopitiam	✓	
Coffee Tree		✓

Sumber: penelitian pendahuluan /observasi awal peneliti

Menurut Lupiyoadi (2013:182) menyatakan bahwa salah satu faktor memenuhi kepuasan konsumen yaitu harga. Produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang tinggi pada pelanggan. Dari observasi yang peneliti lakukan harga yang ditawarkan di Excelso relatif mahal karna tidak ada pilihan ukuran seperti di Starbucks atau coffe shop lainnya. Pilihan harga di Excelso Coffee tidak banyak dengan kisaran harga 45.000 - 65.000 .Salah satu cara yang dilakukan untuk menarik konsumen adalah dengan cara promosi buy 1 get 1 di waktu-waktu tertentu dan selain itu Excelso juga memiliki kerja sama dengan bank dan melakukan promosi yaitu diskon 30% untuk pembelian makanan dan minuman dengan minimum pembelian.

Dalam penelitian Fardiani (2013) juga menemukan kajian bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang. Namun penelitian Laila, dkk (2013) menemukan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHAS 0002 Semarang Honda Center”.

Menurut Lupiyoadi (2013:182) menyatakan bahwa salah satu faktor memenuhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya. Kualitas pelayanan di Excelso Coffee berbeda dengan Starbucks atau coffee shop lainnya yang dimana tamu datang lalu antri untuk memilih minuman yang mereka suka kemudian membayar. Sedangkan Excelso Coffee adalah Cafe yang berbasis dengan pelayanan penuh kepada costumernya yaitu dari pengantaran tamu yang datang sampai dimeja, pemberian menu, pengantaran makanan & minuman hingga penagihan bill sampai dengan mengucapkan terima kasih saat costumer akan pergi.

Menurut Retna (2013) yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor” menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor. Sedangkan penelitian Yesenia (2014)

dalam judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan” menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Excelso Coffee juga meningkatkan kualitas produknya dengan menghasilkan kopi kualitas terbaik dalam bentuk biji dan baru akan digiling apabila akan diseduh. Selain itu, Excelso Coffee juga menyiapkan bahan baku yang berkualitas dan higienis dan digunakan untuk membuat makanan dan minuman. Penelitian Maslikhatul Aulia (2017) dalam judul “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Amanda Brownies” mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Amanda brownies. Sedangkan penelitian Yesenia (2014) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan” menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu cafe lokal yang selalu memperhatikan faktor kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah Excelso Coffee. Penelitian ini dilakukan di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta sebagai objek penelitian. Mall Kelapa Gading 3 Jakarta sendiri yang terdiri dari banyak kafe dan restoran menjadikan persaingan semakin ketat, hal ini yang menjadi acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian di Excelso mall kelapa gading 3. Excelso sendiri dibawah

oleh PT. Excelso Multi Rasa (EMR) selaku anak perusahaan dari Kapal Api bergerak di industri minuman kopi yang disajikan dengan konsep café / coffee shop dengan brand name Café Excelso. Excelso diambil dari kata “So Excellent” yang mengandung makna “terbaik”. Excelso adalah kafe dengan konsep resto dan kafe dengan pelayanan penuh.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas dan penelitian terdahulu pada dasarnya setiap kepuasan pelanggan terdapat pengaruh adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan serta harga. Pada penelitian kali ini objek yang akan dibahas adalah Excelso cafe. Seperti yang telah diutarakan sebelumnya bahwa pemilihan objek ini didasari oleh semakin berkembangnya toko/gerai kopi (coffee shop) di Indonesia. Semakin berkembangnya coffee shop ini menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia semakin tinggi dan persaingan semakin ketat. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka judul yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan konsumen di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

5. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta ?

6. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta ?
7. Bagaimana pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta ?
8. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga tersebut terhadap kepuasan konsumen di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan di atas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

5. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta.
6. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta.
7. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta.
8. Untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen secara simultan di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat berguna bagi :

a. Perusahaan

Hasil penelitian yang penulis lakukan ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan penjualan melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan di Excelso Mall Kelapa Gading 3 Jakarta.

b. Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan marketing mix serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan menyusun dalam bidang pemasaran.

c. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan melengkapi penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah cara penulisan, penulis membagi skripsi ini kedalam bab-bab secara teratur dan sistematis. Dengan cara penulisan tersebut, maka

memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap dan terperinci pada tiap-tiap bab dan sub bab. Sistematika penulisan proposal skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan pustaka yang didalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai bahan acuan dalam penulisan penelitian ini dan teori-teori yang dijadikan landasan dalam penyelesaian penelitian, kerangka pemikiran penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tentang penjelasan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas, dan realibilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam Bab ini berisi uraian tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

