

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sampai dengan saat ini usaha dibidang pangan telah berkembang begitu pesat, dalam laporan Badan Pusat Statistik disebutkan bahwa industri pangan berkontribusi 3,68% selama kuartal II-2022. Artinya, sektor ini turut meningkatkan dan membantu pertumbuhan perekonomian nasional (Hidranto, 2022). Salah satu usaha dibidang pangan yaitu *coffee shop* atau yang biasa dikenal dengan sebutan kafe. Usaha pada bidang ini dapat memengaruhi pertumbuhan dan membantu perekonomian nasional, menjadi pelaku pasar (Hakim, 2022). Para produsen mempunyai cara agar dapat terus membentuk serta mempertahankan konsumen. Bidang usaha ini merupakan suatu kebutuhan yang cukup krusial dalam kehidupan masyarakat modern yang diikuti dengan perubahan pola gaya hidup. Produsen hendaknya mengetahui keadaan pasar agar produk dan varian yang dihasilkan dapat sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi sebuah keharusan yang diberikan kepada konsumen, oleh karena itu setiap kafe wajib menyiapkan strategi dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Smilansky (2009) menyatakan jika hidup itu merupakan gabungan dari pengalaman, sehingga setiap aktivitas yang dilakukan oleh konsumen termasuk mengkonsumsi produk atau jasa merupakan pengalaman, jika pengalaman tersebut memberikan perasaan baik sehingga

konsumen tidak segan untuk mengkonsumsi barang atau jasa tersebut untuk berulang kalinya.

Kafe adalah tempat semua orang untuk berkumpul dan berbincang bersama teman atau keluarga dari berbagai kalangan hingga usia, dengan menyajikan berbagai makanan dan minuman. Menurut Budiningsih (2009 : 51) dalam Putra dkk. (2019) kafe adalah suatu restoran kecil, yang memiliki makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol, tetapi tersedia minuman sejenis teh, kopi, *cake*, cemilan, dan lain-lain. Bahkan kafe memiliki beragam konsep yang sangat kreatif dipadu *furniture* yang sangat menarik sehingga membuat terlihat berbeda.

Cangkir Bumi *Coffee* berdiri pada tanggal 28 Februari 2021, berlokasi di jalan, Prof. Dr. Soepomo SH, Warungboto, Umbulharjo, Yogyakarta. Keputusan mendirikan kafe tersebut merupakan keputusan yang sulit karena dalam kondisi yang sangat sepi pembeli. Situasi yang sulit tersebut tidak menjadi kendala bagi owner Cangkir Bumi *Coffee* untuk tetap mendirikan kafe tersebut. Cangkir Bumi *Coffee* mengusung konsep tradisional dengan menggunakan bangunan joglo Jawa kuno, sehingga pengunjung atau pelanggan dapat menikmati suasana tradisional Jawa.

Menu yang tersedia mengalami perkembangan baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Menu di Cangkir Bumi *Coffee* sangat beragam, menu utama di kafe ini yaitu kopi diseduh secara manual maupun *espresso base*. Fokus penjualan tidak hanya pada kopi saja tetapi juga menjual aneka jus buah dan minuman yang berbahan bubuk seperti *matcha*, coklat, *red velvet*, dan lain-lain. Selain itu, karena

kafe ini mengusung konsep tradisional tentunya juga menyediakan minuman tradisional seperti wedang susu jahe, wedang uwuh, dan lain-lain. Cangkir Bumi *Coffee* tersedia *free Wifi*, dan live musik yang dapat menarik pengunjung. Terlebih daerah ini berkawasan di sekitar kampus, sudah sangat familiar bagi pembeli dengan Cangkir Bumi *Coffee*. Tempat ini menjadi salah satu pilihan bagi mahasiswa untuk mengerjakan tugas perkuliahan karena harga setiap sajiannya yang terjangkau, serta berbagai kemudahan yang diberikan mampu menarik minat pembeli dari kalangan mahasiswa (Cangkir Bumi, 2022).

Setiap kafe menginginkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, tanpa terkecuali Cangkir Bumi *Coffee*. Tingginya tingkat kepuasan konsumen dapat memengaruhi minat beli dan perkembangan bisnis pada kafe tersebut. Tingkat kepuasan konsumen dapat diperoleh melalui kualitas pelayanan yang memuaskan, kualitas produk yang baik, varian produk yang beragam, serta harga yang terjangkau.

Kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena kualitas produk adalah sesuatu yang berhubungan dengan barang, tenaga kerja, proses dan juga tugas yang memenuhi harapan dari konsumen atau pelanggan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Resti (2021) kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain kualitas produk, harga termasuk faktor lainnya yang memengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Swastha dan Sukotjo (2000 : 211) dalam Asti & Ayuningtyas (2020) “Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”. Pada penelitian yang dilakukan oleh

Asti & Ayuningtyas (2020) harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya harga sangat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Varian produk termasuk penting dalam kepuasan konsumen, dikarenakan dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan mewariskan kesempatan kepada pembeli untuk dibandingkan menurut (Resti, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Finthariasari dkk (2020) variabel variasi produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan harapan atas kinerja yang diterima serta persepsi yang diberikan, oleh karena itu sebuah perusahaan berpotensi meningkatkan jumlah penjualan produk melalui kualitas pelayanan pelanggan (Ritonga et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Asti & Ayuningtyas (2020) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya baik buruk kualitas pelayanan sangat memengaruhi tingkat puasny konsumen.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang ditimbulkan seseorang setelah melakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang digunakannya. Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam Finthariasari dkk (2020) menyatakan kepuasan konsumen merupakan perasaan bahagia ataupun kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. menurut Ritonga dkk (2020) terjadinya kepuasan konsumen adanya pengalaman konsumen terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan sehingga menimbulkan perasaan senang atau tidak senang yang dirasakan oleh konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian replika dari Asti & Ayuningtyas (2020) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah mengenai objek dan variabel penelitian. Peneliti tertarik untuk mencari informasi tentang variabel yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya dengan objek Resto Oto Bento meneliti variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian ini dengan objek Cangkir Bumi *Coffee* meneliti variabel kualitas produk, harga, varian produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Peneliti menambahkan variabel varian produk karena pada penelitian sebelumnya menyarankan untuk memperluas cakupan penelitian.

Berdasarkan uraian diatas mengenai kepuasan pelanggan, maka penulis melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Varian Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cangkir Bumi *Coffee***

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah varian produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Batasan Masalah

Supaya permasalahan yang diteliti ini tidak meluas, maka penulis membatasi penulisan pada:

1. Variabel penelitian yaitu kualitas produk, harga, varian produk, dan kualitas pelayanan.
2. Objek pada penelitian ini yaitu pelanggan Cangkir Bumi *Coffee* Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan apa yang telah diuraikan pada latar belakang, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- A. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- B. Untuk menganalisis harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- C. Untuk menganalisis varian produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- D. Untuk menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen yang dimana akan menjadi kajian lebih lanjut.
 - b. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan serta pengembangan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, varian produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Universitas Ahmad Dahlan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan referensi bacaan dan informasi relevan.
- b. Menambahkan pengetahuan serta wawasan pengetahuan tentang kepuasan konsumen terhadap Cangkir Bumi *Coffee*.
- c. Bagi Cangkir Bumi *Coffee* hasil dari penelitian ini semoga dapat memberikan kepuasan konsumen supaya mendapatkan konsumen yang setia.