

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Al Quran surah An-Nahl ayat ke-114 berisi firman Allah untuk kaum Muslimin agar makan makanan halal dan baik dari rezeki yang diberikan Allah. Berikut dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat ke-114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا<sup>ط</sup> وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ  
تَعْبُدُونَ

Artinya: "Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.

Dalam Surah An-Nahl ayat 114, Allah menyuruh kaum Muslimin untuk memakan makanan yang halal dan baik dari rezeki yang diberikan-Nya kepada mereka, baik yang berasal dari binatang maupun tanaman, Makanan yang halal adalah makanan dan minuman yang dibenarkan oleh agama untuk dimakan dan diminum. Sementara makanan yang baik ialah makanan dan minuman yang dibenarkan untuk dimakan atau diminum oleh kesehatan, termasuk di dalamnya makanan yang bergizi, enak, dan sehat contohnya minuman kopi.

Indonesia tidak diragukan lagi memiliki berbagai jenis kopi berkualitas dan terkenal dengan kenikmatan kopinya. Minum kopi telah

menjadi bagian dari gaya hidup modern di jaman sekarang. Di jaman dahulu, kopi merupakan minuman murah yang dikonsumsi dipinggir jalan, tetapi sekarang banyak disajikan di kedai kopi dan *cafe*. Bukan sekedar meminum kopi semata, namun di kedai kopi juga menjadi tujuan beberapa kalangan tertentu untuk melakukan suatu kegiatan tertentu.

Kedai kopi adalah tempat yang pada dasarnya menyediakan minuman kopi. Di jaman sekarang kedai kopi bukan hanya menjual minuman kopi saja, Biasanya ditambahkan dengan minuman hangat dan dingin lainnya yang bukan berbahan dasar kopi. Kedai kopi bisa berbentuk warung, kios, toko kecil, atau restoran sederhana. Dengan banyaknya usaha kedai kopi menjadikan pelanggan mempunyai kriteria tersendiri dalam menentukan dimana pelanggan melakukan pembelian. Kriteria itu bisa tentang kualitas produk, harga dan suasana kedai. Karena berbeda dengan jaman dulu yang membuat kopi hanya diseduh dengan air panas, sedangkan di jaman sekarang sudah banyak menggunakan alat dan mesin kopi, Sehingga dapat menghasilkan cita rasa yang khas pada kedai kopi tersebut.

Salah satu kedai kopi yang sudah sangat lama berdiri dan sudah tidak asing bagi masyarakat pulau Belitung adalah kedai Kopi Kong Djie Siburik yang juga sudah memiliki cabang diluar pulau Belitung. Tidak hanya masyarakat lokal, wisatawanpun juga ikut merasakan kopi Kong Djie dan ngopi santai di Kong Djie siburik. Kedai kopi yang sudah berdiri sejak tahun 1943 yang didirikan oleh Ho Kong Djie yang berdarah

Tionghoa dan diberi Nama Kong Djie dan masih bertahan sampai sekarang (Sendi, 2022).



**Gambar 1.1 Kedai Kopi Kong Djie Coffee**

Bertempat di Jalan Siburik, Kota Tanjung Pandan Kabupaten Belitung, Kedai kopi kongdjie siburik ini masih konsisten dalam mempertahankan produk andalan mereka yaitu kopi dengan rasa yang khas. Kedai kopi ini juga masih mempertahankan cara pembuatan dan resep yang khas. Kedai kopi ini memiliki suasana kedai yang menarik karena berada di pinggir jalan dengan didukung dengan desain yang *classic* dan untuk harganya masih terjangkau.

Semakin banyaknya persaingan di industri perkopian maka kedai kopi Kong Djie harus bisa membangun rasa kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen rasa yang emosional yang muncul ketika konsumen telah merasakan atau menggunakan produk tersebut. Kepuasan (*satisfaction*) konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul karena membandingkan kinerja yang di harapkan produk dengan ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil)

yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Qomariah, 2016). Bisa dibayangkan kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen yang diberikan kepada perusahaan terhadap produk perusahaan tersebut.

Salah satu pemberi kepuasan kepada konsumen adalah dengan memberikan konsumen kualitas produk yang baik. Kualitas yang bagus yang dirasakan konsumen memberikan kepuasan terhadap terhadap konsumen dan dapat memenuhi keinginan konsumen. (Abshor, Hasiolan, dan Malik 2018).

Ernawati (2019:19) mengemukakan bahwa Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting. Sedangkan menurut Wahyuningtyas (2019) Kualitas produk adalah manfaat *tangible* atau *intangible* yang berpeluang memberi rasa kepuasan kepada konsumen. Penting bagi setiap perusahaan untuk menjaga kualitas produk karena adanya kualitas produk yang baik maka membuat produk tersebut dikenal bagus oleh masyarakat. Jika kualitas produk sangat baik maka akan berpengaruh terhadap harga. Pandangan konsumen mengenai harga dari suatu produk yang kualitas produknya baik akan memberikan rasa kepuasan terhadap konsumen. Siregar dan Fadilah (2017) mengemukakan bahwa Harga adalah salah satu faktor pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Melalui harga yang telah ditawarkan oleh kedai kopi berupa produk, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan dengan biaya yang telah konsumen keluarkan.

MENU Drink (Minuman)						MENU Food (Snacks)	
	Hot (Panas)		Ice (Dingin)				
	Small (kecil)	Large (besar)					
- Kopi O	Rp. 8.000	Rp. 10.000	Rp. 15.000	- Telur Ayam kampung		Rp. 10.000	
- Kopi Susu	Rp. 8.000	Rp. 10.000	Rp. 15.000	- Mie Instan Rebus + Telur		Rp. 13.000	
- Teh Susu	Rp. 8.000	Rp. 10.000	Rp. 15.000	- Mie Instan Goreng + Telur		Rp. 13.000	
- coklat Susu	Rp. 8.000	Rp. 10.000	Rp. 15.000	- Mie Instan Goreng		Rp. 8.000	
- Teh Manis	Rp. 5.000	Rp. 5.000	Rp. 8.000	- Mie Instan Pedas		Rp. 8.000	
- Teh Tawar		Rp. 2.000	Rp. 3.000	- Pisang Bakar Keju & Coklat		Rp. 18.000	
- Jeruk		Rp. 6.000	Rp. 8.000	- Pisang Bakar Keju		Rp. 13.000	
- Nutrisari		Rp. 6.000	Rp. 8.000	- Pisang Bakar coklat		Rp. 13.000	
- TST (Teh Susu Teh)		Rp. 13.000		- Singkong Goreng		Rp. 10.000	
- KST (Kopi Susu Teh)		Rp. 13.000		- Singkong Goreng Gula Merah		Rp. 15.000	
- Lemon Tea		Rp. 6.000	Rp. 8.000	- Singkong Goreng Keju		Rp. 13.000	
- Extra Joss Susu			Rp. 15.000				
- Kopi Susu Jumbo		Rp. 15.000					
- Kopi O Jumbo		Rp. 15.000					
- Teh Susu Jumbo		Rp. 15.000					
- coklat Susu Jumbo		Rp. 15.000					
- Wedang Djaw		Rp. 10.000					

**Gambar 1.2 Daftar Menu dan Harga Produk kedai kopi Kong Djie**

Harga dapat menjadi salah satu faktor untuk menunjukkan kualitas suatu produk. Dengan harga yang sesuai maka konsumen akan mendapatkan kepuasan yang sesuai dengan harga yang telah konsumen keluarkan. Selain harga suasana kedai kopi juga sangat penting, karena nantinya konsumen juga bisa menikmati produk di kedai kopi tersebut.

Suasana kedai merupakan salah satu faktor untuk membuat bisnis bertahan, dimana suasana yang dapat menciptakan sesuatu yang berbeda dengan kedai kopi lain. Suasana di dalam istilah pemasaran adalah lingkungan fisik atau *atmosphere*. Jika suasananya dapat memberikan kosumen rasa nyaman maka konsumen akan betah untuk berada di kedai kopi tersebut. Kotler dan Keller (2009) mengemukakan bahwa *atmosfer* adalah suasana terencana yang menyesuaikan dengan pasar sasaran yang dapat menarik daya beli konsumen.



**Gambar 1.3 Suasana Kedai Kong Djie Siburik**

Suasana kedai kopi juga bisa berupa suara musik, pencahayaan, dan dan penempatan benda yang baik sehingga kedai kopi tersebut mendapatkan *aesthetic*. Jika konsumen merasa nyaman dengan suasana kedai tersebut maka konsumen akan merasakan kepuasan terhadap suasana kedai kopi tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut yang telah diuraikan maka penulis mengambil judul” PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN SUASANA KEDAI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI KONG DJIE SIBURIK KOTA TANJUNG PANDAN BANGKA BELITUNG”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung?

3. Apakah suasana kedai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan suasana kedai secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung?

### **C. Batasan Masalah**

Fokus pada penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk, harga, dan suasana kedai terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung. Yang diteliti pada penelitian ini yaitu konsumen di kedai Kopi Kong Djie yang melakukan pembelian kopi Kong Djie, baik itu warga Belitung maupun wisatawan. Batasan masalah ini dilakukan agar pembahasan dalam penelitian tidak terlalu luas dan bisa terarah sesuai dengan judul penelitian.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk kedai kopi Kong Djie Siburik terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk kedai kopi Kong Djie Siburik terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung.

3. Untuk mengetahui pengaruh suasana kedai kopi Kong Djie Siburik terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan suasana kedai kopi Kong Djie Siburik secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Kong Djie Siburik Kota Tanjung Pandan Bangka Belitung.

#### **E. Manfaat Teoritis dan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu:

1. Bagi Kedai Kopi Kong Djie Siburik  
Memperoleh saran dan informasi bagi pihak kedai kopi Kong Djie Siburik mengenai beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen yaitu seperti Kualitas Produk, Harga dan Suasana kedai. Sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya supaya bisa menjadi lebih baik dan bersaing dengan kedai kopi lainnya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Penelitian ini bisa bermanfaat yaitu sebagai referensi penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen. Serta memberikan informasi tentang kepuasan konsumen.