

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

“Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim”.(Q. S Al-Baqarah ayat 254)”

Starbucks Corporation merupakan perusahaan kopi dan hubungan kedai kopi besar asal Amerika Serikat. Dalam negara Indonesia, jaringan gerai kopi Starbucks sendiri dioperasikan oleh PT Mitra Adiperkasa Tbk. Starbucks sudah hadir di 12 kota Indonesia lebih dari 150 gerai (starbucks.co.id ,2018). Starbucks juga menyediakan makanan ringan dan minuman lainnya sebagai pendamping menu favorit mereka yaitu kopi.

Dilansir dari halaman resmi Facebook Starbucks Indonesia Pada hari Senin, 4 September 2023 Starbucks di Indonesia merai penghargaan Longlife Achievement (kategori Food Services-Bevarage) di Awarding Day LPPOM MUI Halal Award 2023. Sejak berdirinya Starbucks di Indonesia 22 tahun lalu, Starbucks telah menerapkan peraturan yang terkait dengan regulasi Halal dalam operasioal sehari-hari, dengan penggunaan bahan-bahan dasar yang halal pada produk kami. Starbucks Indonesia akan

terus berkomitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan kami di seluruh negeri melalui Starbucks Experience sesuai dengan regulasi Halal.

Berkembangnya industri dan bisnis menuntut kita sebagai pengusaha untuk ikut serta bertahan menyesuaikan dengan kehidupan modern, dengan persaingan usaha dan bisnis seperti saat ini, tentu memulai dari nol hingga bertahan sampai di titik ini merupakan suatu pencapaian yang harus di apresiasi. Coffee Starbucks hingga saat ini masih menjadi kafe dan tempat kopi populer salah satunya di kota Yogyakarta, mempertahankan eksistensi usaha tentu tidak mudah tidak lepas dari kepuasan konsumen terhadap tempat kopi Starbucks sehingga kopi Starbucks mampu mempertahankan eksistensinya, dalam pencapaian ini kopi Starbucks memiliki strategi pemasaran yang baik sehingga dapat mampu bersaing dengan usaha dan brand Coffee lainnya.

Dengan statement diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen Starbucks di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Starbucks?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Starbucks?

3. Apakah promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Starbucks?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh positif produk terhadap kepuasan konsumen di Starbucks.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen di Starbucks.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif promosi terhadap kepuasan konsumen di Starbuck

D. Manfaat Penelitian

Penulisan ini memberi sejumlah manfaat diantaranya:

1. Aspek Akademis
Memberi manfaat baik bagi para akademisi (kepentingan perpustakaan, dosen dan mahasiswa) serta perguruan tinggi
2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan.
Bisa memperluas wawasan serta mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.
3. Aspek praktis.
 - a) Bagi Instansi
Penelitian dan hasilnya dapat menjadikan motivasi bagi perusahaa untuk meningkatkan produk,harga, serta

pengembangan citra merek untuk langkah langkah selanjutnya untuk mempertahankan kepuasan konsumen.

b) Bagi Penulis.

Bisa menambah wawasan atau memperkaya ilmu pengetahuan di suatu perusahaan yang berfokus di pengaruh kepuasan konsumen terhadap produk.