

BAB I PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Seiring berjalannya waktu, gaya hidup masyarakat punikut berkembang. Masyarakat lebih cenderung memilih untuk bersantaidan berkumpul bersama teman-temannya di tempat-tempat yang menawarkan aktivitas yang nyaman, dan generasi muda khususnya lebih memilih untuk bersantai di tempat-tempat yang mereka yakini menawarkan kenyamanan dan fasilitas yang mereka perlukan. Salah satu jenis bisnis kuliner yang sedang ramai dibicarakan saat ini dan menjadi perhatian oleh anak muda yaitu kedai kopi. Industri kuliner merupakan industri yang selalu ada Berkembang seiring perubahan tren saat ini. Jenis usaha katering ada banyak sekali, dan coffe shop adalah salah satunya. Definisi kedai kopi atau coffee shop Menurut Wikionary (2010:22) bisa diartikan “sebuah cafe kecil yang biasanya menjual kopi yang terkandung minuman dan makanan sederhana atau snack, dengan fasilitas yang menunjang tempat tersebut.

Sejarah coffee shop yang modern ini berasal dari dari Amerika, dengan ciri pelayanan dan penyajiannya secara cepat. Kurniawan dkk (2008) Sebagian orang pergi ke coffee shop bukan hanya karena ingin mencicipi kopi yang khas dari coffee shop tersebut melainkan untuk menghabiskan waktu dan bersantai dengan rekan-rekannya maupun dengan keluarga. Untuk mempertahankan usaha coffee shop ini agar tetap maju dan terus bertahan maka perlu adanya peningkatan dalam kualitas makanan kepada kepuasan pelanggan. Para pelanggan yang datang ke coffee shop dapat dengan mudah menikmati makanan dan minuman yang berkualitas. Tentunya hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam menciptakan produk minuman dan makanan yang mempunyai kualitas baik sehingga akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Fenomena merebaknya kedai kopi yang digemari anak muda menjadi hal biasa dan menjadi kebiasaan mereka untuk kongkow atau sekedar mengerjakan tugas di kafe agar terlihat kekinian. Anak m₁ gemar nongkrong di kafe cenderung ingin menunjukkan jati dirinya sebag₁. Artinya mereka ingin diakui oleh sesama temannya bahwa mereka juga anak kekinian dan suka berpergian. Industri kuliner yang berkembang beragam, mulai dari industri restoran hingga katering massal (kedai kopi/*caffee shop*, toko roti). Menurut Yahya (2009) berpendapat bahwa di era

persaingan bisnis industri kedai kopi yang semakin ketat, kedai kopi harus mampu mempertahankan bisnis dan pelanggannya.

Upaya yang dapat dilakukan oleh kedai kopi antara lain dengan meningkatkan kualitas produk menciptakan inovasi, dan meningkatkan kualitas produk yang memuaskan kepada pelanggan. Menurut Alvian (2020) menyatakan bahwa Untuk mengukur kualitas produk pada suatu makanan dapat dilihat yaitu :

1. *Presentation* (Tampilan).
2. *Freshness* (Kesegaran)
3. *Taste* (Tampilan).
4. *Innovation* (Inovasi)

Diantara banyaknya yang unik dan menarik. Kemampuan memahami kebutuhan pelanggan akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan Ma'ruf (2021) bahwa kepuasan pelanggan bergantung pada kinerja yang dirasakan suatu produk relatif terhadap harapan pembelian. Jika suatu produk tidak berfungsi sesuai harapan, pelanggan akan kecewa. Jika produk berfungsi dengan baik, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan seperti kualitas produk yang kurang baik, fasilitas yang kurang memadai, dan harga yang bisa dibilang relatif tidak murah. Hal ini sejalan dengan pendapat Lupiyoadi (2001) bahwa, kualitas produk dan harga merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Menurut Handoko (2002), kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. lainnya. Beberapa faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas produk, fasilitas, harga dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting bagi suatu perusahaan untuk bertahan dan memenangkan persaingan bisnis. Kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada apakah perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata utama sebuah perusahaan bisnis untuk mencapai kesuksesan, atau bahkan bisa menjadi bumerang dan menghancurkan perusahaan. Untuk memuaskan pelanggan, pihak manajemen perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk mengupdate produk agar pelanggan tidak bosan,

menyiapkan fasilitas seperti internet/wifi, tempat yang nyaman dll agar pelanggan merasa nyaman dan puas, serta tercapainya kepuasan pelanggan. Harga yang tidak terlalu mahal untuk semua kalangan dapat dicapai kelompok menengah ke bawah dan kelompok menengah atas kualitas produk merupakan suatu nilai yang dimiliki suatu produk, yang secara implisit diteruskan kepada konsumen. Oleh karena itu, produk yang diberikan kepada konsumen harus merupakan produk yang berkualitas tinggi yang benar-benar dibutuhkan konsumen dan mempunyai pendapat yang baik terhadap produk yang disajikan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah fasilitas. Kotler (2007:61) mengemukakan bahwa salah satu upayamanajemen perusahaan, khususnya yang berhubungan langsung dengan konsumen, adalah dengan memberikan fasilitas yang semaksimal mungkin yang menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam keadaan seperti ini, perusahaan berusaha untuk meningkatkan fasilitas yang telah disediakan dan memuaskan pelanggan agar kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan.

Setiap bentuk usaha selalu berusaha memuaskan pelanggannya dengan menyediakan produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas adalah produk yang memberikan manfaat bagi penggunaannya (konsumen). Manfaat produk adalah hasil yang diharapkan pelanggan ketika mereka membeli dan menggunakan produk.

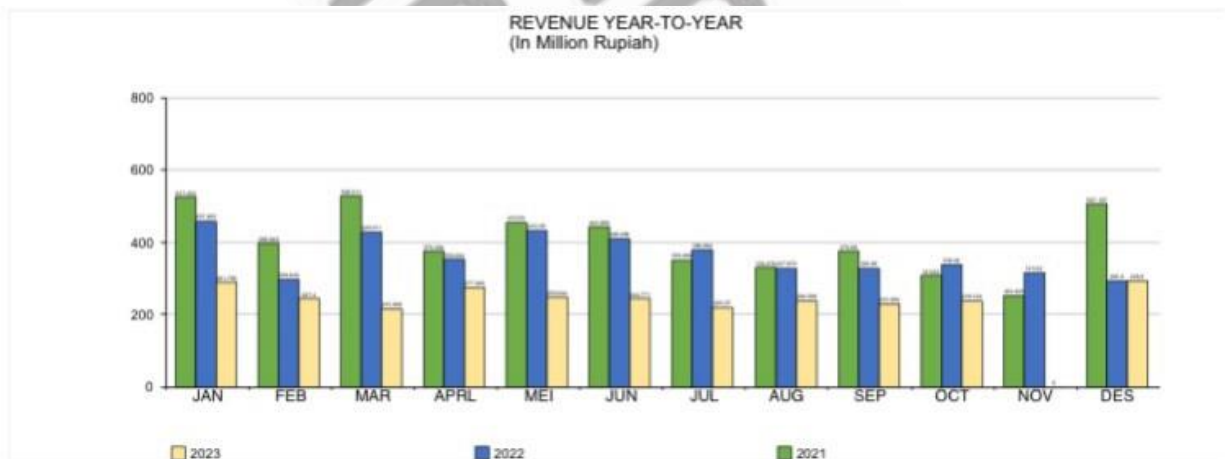
Irawan (2002:45) meyakini bahwa kualitas produk merupakan pendorong multidimensi kepuasan konsumen. Setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas konsumen perlu mempertimbangkan beberapa dimensi kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2007:49), kualitas produk adalah karakteristik barang atau jasa yang mempengaruhi kemampuan untuk memuaskan kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, produk yang berkualitas sangat diperlukan. Keinginan konsumen memenuhi ekspektasi dapat menyebabkan konsumen merasa puas terhadap produk yang diterimanya bahkan menjadi loyal terhadap produk tersebut. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya, karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen puas terhadap produk atau jasa yang dibeli dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Taufan dan Engkur. (2020: 4).

Di kota Palembang sendiri telah banyak *Coffee&Eatry* yang sudah banyak beroperasi. *Tetra Coffee&Eatry* adalah salah satu kedai kopi yang juga menyajikan berbagai hidangan *Beverage* dan *Menu A'la Carte* mulai dari *appetizer*

soup, main course dan dessert. Pada awalnya Coffe Shop didirikan pada tahun 2019 oleh Bapak Wijaya dan Bapak Vincenzo zilko. Yang bertempat di Jl. Merbau No.1260, 9 Ilir, Kec. Ilir Timur II, Kota Palembang Sumatera Selatan 30114. Dengan tagline “*Your second home*” yang diharapkan *coffee shop* ini merupakan rumah kedua bagi pelanggan dapat memberikan kenyamanan dengan produk makanan dan minuman serta fasilitas yg tersedia.

Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di Tetra *Coffee&Eatry* khususnya terkait kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil survey pra-penelitian yang telah dilakukan kepada pelanggan *Coffee&Eatry* mengenai kepuasan pelanggan.

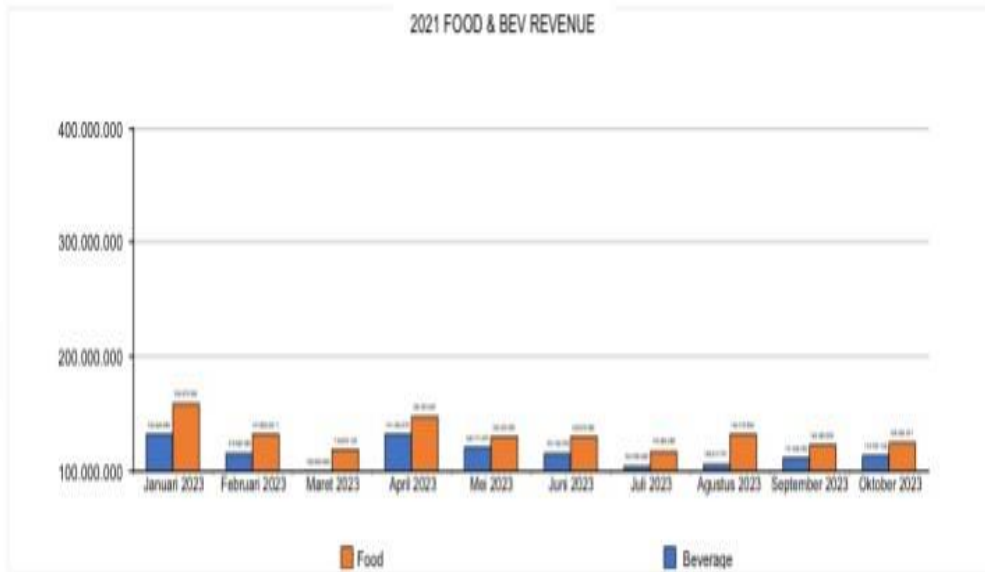
Gambar 1.1 Data Revenue Year To Year Tetra *Coffee&Eatry* Palembang



Sumber : Hasil Olahan, Tetra *coffee&Eatry* Palembang.

Berdasarkan data grafik diatas jumlah kunjungan ke Tetra *Coffee&Eatry* Palembang menurun dari tahun 2021 sampai 2023. Di dukung dengan berdampaknya pada revenue di Tetra dalam data tahunan yang menyebabkan perusahaan atau pendapatan menurun, perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya, karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen puas terhadap produk atau jasa yang dibeli dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu perlu dilakukan agar Tetra *Coffee&Eatry* mampu bersaing dengan kedai kopi lainnya.

Gambar 1.2 Data Revenue Food Revenue Tetra Coffee&Eatry Palembang 2023



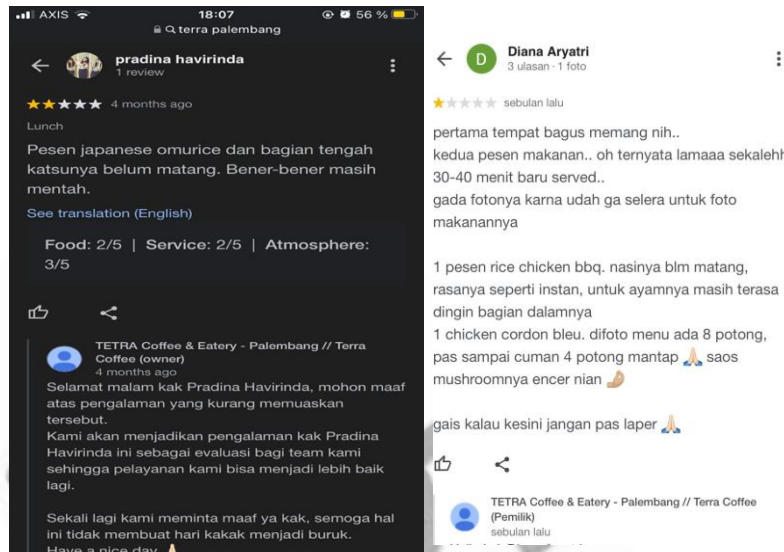
Sumber : Hasil Olahan Tetra Coffee&Eatry Palembang

Gambar 1.3 Data Revenue Food&Beverage Tetra Coffee&Eatry Palembang 2023

	Food	Beverage	Target	Achievement	REVENUE	% Sales Food	% Sales Bev
Januari 2023	Rp159.375.590	Rp132.422.950	Rp600.000.000	49%	Rp291.798.540	55%	45%
Februari 2023	Rp131.809.041	Rp115.590.585	Rp600.000.000	41%	Rp247.399.626	53%	47%
Maret 2023	Rp119.870.135	Rp96.127.900	Rp600.000.000	36%	Rp215.998.035	55%	45%
April 2023	Rp146.391.245	Rp131.303.370	Rp600.000.000	46%	Rp277.694.615	53%	47%
Mei 2023	Rp130.372.055	Rp120.171.975	Rp600.000.000	42%	Rp250.544.030	52%	48%
Juni 2023	Rp129.576.590	Rp115.194.750	Rp600.000.000	41%	Rp244.771.340	53%	47%
Juli 2023	Rp116.484.280	Rp103.785.908	Rp600.000.000	37%	Rp220.270.188	53%	47%
Agustus 2023	Rp132.179.894	Rp106.417.751	Rp600.000.000	40%	Rp238.597.645	55%	45%
September 2023	Rp122.045.550	Rp111.046.760	Rp600.000.000	39%	Rp233.092.310	52%	48%
Oktober 2023	Rp125.326.971	Rp113.797.134	Rp600.000.000	40%	Rp239.124.105	52%	48%

Sumber : Hasil Olahan Tetra Coffee&Eatry

Gambar 1.4 Data *Review Customer Tetra Coffee&Eatry* Palembang



Sumber : *Google Review Tetra Coffee&Eatry*

Berdasarkan data diatas adanya penurunan di tahun 2023 pada penjualan di terra *coffee&eatry* Palembang dan adanya hasil *complain* di tetra terhadap menu yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Tetra Coffee&Eatry”**. Pembahasan ini mengarah pada kualitas produk makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Apakah Tampilan (*Presentation*) Produk Makanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Tetra *Coffee&Eatry* Palembang ?
2. Apakah Kesegaran (*Freshness*) Produk Makanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Tetra *Coffee&Eatry* Palembang ?
3. Apakah Rasa (*Taste*) Produk Makanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Tetra *Coffee&Eatry* Palembang ?
4. Apakah Inovasi (*Inovated*) Produk Makanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Tetra *Coffee&Eatry* Palembang?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk Mengetahui Tampilan (*Presentation*) Produk Makanan Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.
2. Untuk Mengetahui Kesegaran (*Freshness*) Produk Makanan

- mempengaruhi kepuasan pelanggan di Tetra *Coffee&Eatry* Palembang.
3. Untuk Mengetahui Rasa (*Taste*) Produk Makanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Tetra *Coffee&Eatry* Palembang
 4. Untuk Mengetahui Inovasi (*Inovated*) Produk Makanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Tetra *Coffee&Eatry* Palembang?

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan penelitian ini dapat diharapkan menjadi bahan acuan agar kualitas produk yang dijual tetap terjaga dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam peningkatan hasil penjualan perusahaan
2. Bagi Penulis penelitian ini dapat sebagian dari pengalaman yang berharga dalam mengembangkan ilmu tentang kualitas produk dan kepuasan bagi pelanggan

1.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian skripsi ini, Penulis mempunyai ruang lingkup penelitian yang saat ini dibahas, yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk *A'la Carte* terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan variabel X dan Y yang terdiri dari XI adalah tampilan produk, X2 adalah kesegaran produk, X3 adalah rasa produk, X4 adalah inovasi produk dan Y adalah kepuasan pelanggan.

1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika dalam penulisan skripsi ini mencakup lima bab yang terdiri atas:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang Dasar-Dasar penulisan skripsi yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang teori-teori dasar yang diperoleh dari jurnal, buku online, skripsi, dan artikel lainnya yang digunakan atau referensi dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang dapat menyelesaikan langkah - langkah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan pelanggan lewat metode analisa yang telah penulis tetapkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan bagaimana pengaruh kualitas produk Makanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan hasil yang didapat dari metode penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang telah dibahas dan saran bagi para pembaca.