

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa pandemi Covid-19, terjadi perubahan gaya hidup masyarakat salah satunya pada pola perilaku konsumsi kopi, seperti halnya konsumen ingin mengkonsumsi produk kopi yang higienis menurut Nurcahyani (2021).

Tren kopi sendiri sedang berkembang di Kota Jakarta timur khususnya daerah rawamangun, dimana terdapat beberapa kedai kopi dengan brand dan konsep franchise sendiri-sendiri, memikat para milenial untuk mengubah gaya hidup dan meminum kopi dalam kesehariannya sejalan dengan berkembangnya bisnis, khususnya disektor bisnis kuliner kopi yang semakin banyak di berbagai kota besar, salah satunya Kota Jakarta.

Bisnis kuliner kopi terus menjamur karena terdapat banyak peluang. Pada saat ini terdapat warung - warung kopi, mulai dari kedai pinggir jalan hingga kafe sekelas Starbucks. Salah satu contoh Xans Coffee yang terletak tidak jauh dari Kampus STEI Rawamangun. Dengan lokasinya yang tidak jauh dari Kampus membuat lokasi kafe tersebut mudah di jangkau bagi konsumennya serta menyuguhkan Tempat yang nyaman bagi konsumen. Lokasi Xans Coffee berada di pinggir jalan sehingga banyak kendaraan lalu lalang melintas dan membuat bising, Sehingga kurang cocok jika dijadikan sebagai tempat diskusi khususnya bagi mahasiswa yang mencari ketenangan untuk sekedar berkumpul

untuk membahas tugas dan berdiskusi. Akan tetapi dengan adanya menu yang bervariasi pada Xans Coffee, semakin menarik minat beli konsumen, dengan pelayanan yang ramah dan mengerti kemauan konsumen membuat pengunjung betah disana dan juga tempatnya yang nyaman untuk berkumpul. Dengan harga yang ditawarkan tidak mahal, juga terdapat bermacam – macam menu ditawarkan di kafe Jung tersebut membuat konsumen kembali lagi berkunjung. Untuk saat ini merupakan hal yang wajar jika bertemu di kafe untuk berkumpul atau untuk menikmati hidangan yang dijual dikafe terutama bagi masyarakat perkotaan, hal tersebut merupakan hal

yang wajar.

Disekitar lokasi Xans Coffee tersebut, terdapat kafe lainnya yaitu kafe Jung, kafe tersebut terletak tidak jauh dari Kampus stei rawamangun, lokasinya cukup dekat dengan kampus, dan penyajian produk yang baik, dan tempat yang cukup nyaman dengan ketenangan yang cocok untuk Mahasiswa yang ingin berkumpul berdiskusi dan mengerjakan tugas, namun ketika kami berkunjung ke kafe Jung, kafe Jung menggunakan produk yang tidak fresh untuk penyajiannya sehingga rasa yang dihasilkan dari kopi susu tidak konsisten dengan sebelumnya, padahal dari segi kualitas produk dalam hal nya rasa adalah hal yang sangat penting untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan kafe Jung.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Kualitas Produk, harga, dan promosi dan Tempat merumuskan implikasi manajerial yang dapat digunakan oleh para produsen kopi untuk mampu memasarkan produknya pada masa pandemi Covid-19. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012) adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya, Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012:25) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Dan menurut Ginting (2012:10) promosi adalah semua kegiatan perusahaan produsen untuk meningkatkan mutu produknya dan membujuk/merayu konsumen agar membeli produknya.

Kepuasan pembeli merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) barang yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Widya Manajemen, 2022). Tingginya jumlah penjualan diakibatkan karena banyaknya jumlah penjualan yang membuat perusahaan untung besar. Agar mendapat keuntungan yang besar, maka perusahaan akan mempertimbangkan keputusan konsumen untuk barang/jasa tersebut. Jika perusahaan bisa mengajak konsumen untuk melakukan pembelian

ulang serta bisa menganalisis konsumen dalam mempersiapkan citra merk, kualitas, dan potongan harga produk mereka sendiri, hal ini bisa mendatangkan keuntungan untuk perusahaan itu sendiri dan lebih unggul dari perusahaan lain. Beberapa masalah yang sering terjadi apakah brand kopi yang ada dalam aplikasi pemesanan online memiliki citra yang bagus atau tidak, seperti brand kopi starbucks yang memiliki citra merek yang dikenal dikalangan penikmat kopi. Bukan hanya citra merek produk kopi saja, kualitas rasa dari produk kopi tersebut juga cenderung menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih produk kopi tersebut kualitas produk kopi yang nikmat, akan membuat konsumen ingin untuk membeli produk kopi yang sama di kemudian hari, walaupun citra merek dari produk kopi tersebut tidak terlalu dikenal di kalangan penikmat kopi. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Kepuasan Pembelian Minuman Kopi Susu Kekinian Di Xans Coffee”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan Pembelian minuman kopi susu kekinian pada Xans Coffee?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan Pembelian minuman kopi susu kekinian pada Xans Coffee?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap kepuasan Pembelian minuman kopi susu kekinian pada Xans Coffee?
4. Apakah Tempat berpengaruh terhadap kepuasan Pembelian minuman kopi susu kekinian pada Xans Coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk terhadap kepuasan Pembelian minuman kopi susu kekinian pada Xans Coffee
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan Pembelian

minuman kopi susu kekinian pada Xans Coffee

3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap kepuasan Pembelian minuman kopi susu kekinian pada Xans Coffee
4. Untuk mengetahui pengaruh Tempat terhadap kepuasan Pembelian minuman kopi susu kekinian pada Xans Coffee

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut ini penjelasan dari kedua manfaat penelitian tersebut:

1. Bagi penulis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengetahui dan wawasan teori perilaku konsumen dalam mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Kepuasan Pembelian Minuman Kopi Susu Kekinian di Xans Coffee

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi Kedai Kopi di Jakarta untuk mengetahui variabel – variabel mana yang mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga Xans Coffee akan lebih mudah melakukan pengembangan produk.

3. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai gambaran apa yang menjadi Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Kepuasan Pembelian Minuman Kopi Susu Kekinian di Xans Coffee