

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kopi di Indonesia menjadi salah satu komoditas utama dalam sektor perkebunan, bersama dengan karet dan kelapa sawit. Produk kopi dari Indonesia dikenal memiliki keunggulan dan daya saing yang kuat di pasar global. Daerah pengusaha kopi salah satu nya adalah di kota kecil Ponorogo telah mengalami pertumbuhan pesat dengan banyaknya kafe baru yang bermunculan. Hal ini membuat persaingan semakin ketat, sehingga setiap kafe harus mampu menawarkan sesuatu yang unik dan menarik untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan.

Dasar pengambilan judul studi ini ialah pentingnya kepuasan pelanggan bagi bisnis untuk itu sangat penting dalam meningkatkan perkembangan kafe, membantu bisnis kafe untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif, untuk mengevaluasi peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan mereka, dan untuk membantu manajemen tropico coffe dalam membuat keputusan yang strategis berbasis data sesuai dengan variabel yang saya ambil.

Harga menjadi peran utama dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap konsumen. Harga salah satu faktor utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika memilih lokasi untuk menikmati kopi dan nongkrong santai. Harga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan faktor utama dalam penjualan terhadap perasaan pelanggan itu senang atau kecewa.

Harga yang tinggi dapat menarik pelanggan ke pesaing, sedangkan harga yang rendah akan menimbulkan persepsi kualitas rendah. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Tropico Coffe Ponorogo.

Harga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai yang diberikan. Ketika harga sesuai dengan kualitas produk sebagai pelanggan cenderung merasa puas. Faktor yang mudah di ukur dan dibandingkan dengan pesaing kafe yang lain. Harga menjadi salah satu variabel utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada buah pemikiran Chen dan Lin (2014) *Customer experience* sebagai pengakuan kognitif atau persepsi sangat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan karena sebagai pengakuan persepsi mampu menaikkan nilai produk dan jasa. *Customer experience* mencakup semua interaksi yang di alami pelanggan dengan tropico coffe mulai suasana , keramahan kasir, hingga kecepatan pelayanan. Pengalaman yang positive dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Riset ini memiliki misi guna mengukur dampak pengalaman pelanggan terhadap kepuasan keseluruhan. *Customer experience* yaitu pengalaman pelanggan mencakup interaksi pelanggan dengan produk atau layanan. Hal ini dapat mencakup suasana tempat, keramahan staf, dan kemudahan dalam mendapatkan produk.

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tingkat penilaian dan pelayanan yang di terima dengan ekspektasi atau harapan mereka. Kepuasan pelanggan terpenuhi jika proses penyampaian dan pelayanan

sesuai dengan persepsi pelanggan. Meningkatkan rasa dan menyesuaikan apa yang diinginkan pelanggan itu semua adalah kunci pelayanan. Kualitas pelayanan meliputi aspek seperti keramahan kasir. Kualitas pelayanan yang sangat baik diharapkan seperti respon cepat penjual kepada pembeli, keramahan dan keahlian staf dapat memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Apa yang diinginkan pelanggan adalah kunci untuk layanan. Kualitas pelayanan dapat menjadi faktor utama yang menentukan pelanggan itu puas atau tidak puas.

Permasalahan kepuasan pelanggan di tropico coffe kurang puas karena harga menjadi perbandingan dengan adanya kafe lain yang menawarkan produk serupa, harga terjangkau atau nilai yang lebih tinggi. Hal ini menyebabkan pelanggan merasa bahwasanya harga yang mereka bayar tidak sebanding dengan kualitas produk, pelayanan, atau pengalaman yang mereka terima. Jika harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas dan pengalaman yang diterima, hal ini dapat menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi. Hal ini akan berlaku sebaliknya, hal ini dianggap terlampau besar tanpa dukungan nilai yang sebanding pelanggan akan merasa kecewa yang dapat berujung pada penurunan tingkat kepuasan pelanggan dan kemungkinan untuk tidak kembali lagi. Penting bahwa penetapan harga tidak hanya kompetitif, tetapi juga selaras dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Ini mencakup evaluasi berkelanjutan terhadap penawaran produk dan layanan yang diberikan agar pelanggan merasa bahwa uang yang mereka keluarkan sebanding dengan pengalaman yang mereka terima. *Customer experience* di Tropico Coffe yang dirasakan belum memenuhi

ekspektasi seperti suasana kafe yang kurang nyaman, bila ramai pelayanan lambat, dan kurangnya inovasi dalam menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan. Kondisi seperti ini menciptakan pengalaman yang tidak konsisten bagi pelanggan, mereka mungkin merasa puas di satu hari tetapi kecewa di kesempatan lain. Ketidakpastian ini dapat merusak citra kafe dan mengurangi kepuasan pelanggan. Kesan negative akibat pelayanan yang buruk dapat mengalahkan pengalaman positive yang sebelumnya mereka rasakan. Oleh karena itu, penting bagi pemilik (*owner*) untuk mempertahankan standar layanan yang konsisten, meskipun dalam keadaan ramai agar pelanggan tetap merasa dihargai dan puas. Implementasi pelatihan bagi staf dan pengaturan kapasitas pengunjung yang efisien ialah berbagai langkah yang didapatkan untuk membuat solusi untuk mengatasi permasalahan ini, sehingga pengalaman pelanggan secara keseluruhan tidak terganggu. Kualitas pelayanan yang ada di Tropico Coffe masih sering terjadi ketidakkonsistenan dalam melayani pelanggan seperti staf kafe yang kurang cepatnya dalam penyajian ketika kondisi kafe sangat ramai, pelanggan lebih tertarik dan menghargai pelayanan yang cepat dan efisien, sehingga mereka merasa di hargai dan di perhatikan. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi juga berperan penting dalam membentuk citra kafe baik di mata konsumen. Jika kafe mampu memberikan keunggulan yang bersesuaian dengan harapan pelanggan, kemungkinan besar pelanggan akan merasa puas dan kembali lagi. Namun, terkadang ada kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan. Jika pelayanan yang

diberikan tidak memenuhi standar yang diharapkan, pelanggan bisa merasa kecewa dan kehilangan minat untuk kembali. Oleh karena itu, pengendalian terhadap tingkat keunggulan layanan sangat penting untuk memenuhi keinginan pelanggan. Hal ini mencakup pelatihan staf, penyempurnaan proses pelayanan, serta memperhatikan *feedback* pelanggan untuk terus meningkatkan kualitas. Dalam konteks ini, kepuasan penerima pelayanan dapat dikatakan tercapai apabila layanan yang diberikan bersesuaian dengan kebutuhan dan harapan mereka. Dengan demikian, kafe perlu secara konsisten mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan menciptakan pengalaman yang positive. Kepuasan pelanggan yang tinggi tidak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga dapat menjadi faktor yang krusial dalam menarik pelanggan baru melalui rekomendasi mulut ke mulut.

Harga dapat di definisikan sebagai nilai yang harus dibayarkan oleh pelanggan guna mendapatkan suatu hal—baik *product* maupun *service*--mencerminkan kombinasi antara biaya, manfaat, dan persepsi nilai yang di terima. Penelitian ini terkait dengan studi sebelumnya yang dilakukan oleh Shary (2016) yang mengulas determinasi harga, mutu *product* dan layanan yang menciptakan kondisi loyalitas pada konsumen. Dalam penelitian tersebut, Alma (2011) memberi penjelasan, atau jumlah yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Harga dianggap sebagai faktor penentu kesuksesan perusahaan, karena berpengaruh pada besarnya keuntungan yang akan hendak diraih oleh suatu korporasi, baik wujudnya *product* maupun *service*. Permasalahan kepuasan pelanggan di

cafe Banjarbaru kurang puas karena banyaknya perbandingan dengan cafe lainnya pelanggan merasa bahwa harga yang mereka bayarkan tidak sebanding dengan kualitas atas layanan yang telah diterima.

Customer Experience (kepuasan konsumen) pada keseluruhan persepsi dan interaksi pelanggan dengan suatu merek, produk, dan layanan. penelitian ini terhubung di penelitian terdahulu Menurut Samuel dan Dharmayanti (2013), pengalaman pelanggan adalah representasi suatu merk yang mencakup interaksi antara perusahaan dan pelanggan. Persepsi dan Interaksi pelanggan terhadap suatu merek waktu ke waktu dan hasil berbagai interaksi yang dilakukan pelanggan dengan bisnis, baik secara *online* maupun *offline*. Pemasalahan kepuasan pelanggan di cafe pascho Pematangsiantar kurang puas karena belum memenuhi ekspektasi seperti suasana kafe yang kurang nyaman, bila ramai pelayanan lambat, dan kurangnya inovasi dalam menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan. Kondisi seperti ini menciptakan pengalaman yang tidak konsisten bagi pelanggan, mereka mungkin merasa puas di satu hari tetapi kecewa di kesempatan lain.

Layanan yang berkualitas bisa memperhatikan sejauh mana suatu layanan dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen, yang mencakup faktor-faktor seperti keandalan, perhatian, jaminan, dan bukti fisik. Penelitian ini memiliki kaitan dengan riset sebelumnya yang dilakukan oleh Nevita Desmi Rista dan R.A Marliwn (2022) Tjiptono (2016) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diinginkan dan dikendalikan untuk memenuhi harapan serta

keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dapat memenuhi harapan pelanggan. Permasalahan kepuasan pelanggan di Albania coffe Boja kurang puas karena kualitas pelayanan masih sering terjadi ketidak konsistenan dalam melayani pelanggan seperti staf kafe yang kurang cepatnya dalam penyajian ketika kondisi kafe sangat ramai, pelanggan lebih tertarik dan menghargai pelayanan yang cepat dan efisien, sehingga mereka merasa di hargai dan di perhatikan.

Beberapa gap hasil penelitian bahwa variabel yang sering digunakan dan yang memiliki hasil positive dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah harga, *customer experience*, dan kualitas pelayanan untuk meneliti Tropico Coffe agar bisa mencapai target yang sudah ditentukan oleh pemilik usaha (*Owner*) dan bisa terus meningkatkan transaksi penjualan dan laba penjualan agar stabil peneliti mengajukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, *Customer Experience*, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tropico Coffe”.

Penelitian ini ada beberapa hal yang menarik yaitu mengetahui faktor yang paling dominan untuk strategi bisnis kafe dalam memprioritaskan aspek yang perlu ditingkatkan, dinamika kafe yang sedang berkembang di ponorogo, dan peningkatan kualitas layanan yang berperan dalam kepuasan yang memberikan arah yang jelas bagi kafe untuk merancang staf yang lebih efektif dan berfokus pada kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada hal yang melatarbelakangi itu, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Adakah Determinasi Harga Berdeterminasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Tropico Coffe di Ponorogo?
2. Adakah *Customer Experience* Berdeterminasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Tropico Coffe di Ponorogo?
3. Adakah Kualitas Pelayanan Berdeterminasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Tropico Coffe di Ponorogo?
4. Apakah Harga, *Customer Experience*, dan Kualitas Pelayanan berdeterminasi secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Tropico Coffe di Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sehubung dengan permasalahan yang telah dijabarkan diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui Determinasi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Tropico Coffe di Ponorogo
2. Untuk mengetahui Determinasi *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Tropico Coffe di Ponorogo
3. Untuk mengetahui Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Tropico Coffe di Ponorogo.

4. Untuk mengetahui Pengaruh Harga, *Customer Experience*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tropic Coffe Ponorogo

1.3.2 Manfaat Penelitian

Temuan studi ini diekspektasikan mampu berguna dan bermanfaat bagi:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan, temuan riset ini mampu memberikan kontribusi tambahan dalam memperluas pemahaman dan pengetahuan di bidang manajemen marketing, yang secara spesifik berelevansi dengan faktor harga, pengalaman pelanggan, dan kualitas layanan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diekspektasikan mampu menjadi suatu acuan berikut dengan suatu pertimbangan bagi Tropic Coffe Ponorogo untuk memperbaiki dan meningkatkan kepuasan pelanggan di masa yang akan datang.

3. Peneliti Selanjutnya

Terkandung suatu harapan bahwasannya temuan studi ini mampu memberi informasi dan referensi yang berguna sebagai acuan dalam penyusunan proposal selanjutnya, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, terkait pengaruh harga, pengalaman pelanggan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya daftar referensi kepustakaan di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan di harapkan dapat menjadi dasar evaluasi kedepannya untuk meningkatkan kualitas dan mutu Pelayanan di Tropico Coffe.

