



BAB I PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat dilakukannya penelitian tersebut.

A. Latar Belakang

Tren kedai kopi di tahun 2020 diyakini akan terus bertumbuh. Konsumsi kopi domestik yang dikeluarkan *Global Agricultural Information Network* pun memproyeksi akan mencapai 294.000 ton atau naik 13,9 persen dibandingkan tahun 2019 yang sebesar 258.000 ton. "Pertumbuhan tersebut didukung sejumlah faktor," kata *Vice President Sales and Marketing Toffin* Indonesia, Nicky Kusuma di Jakarta, Selasa (17/12/2019). Faktor pertama, kebiasaan (budaya) nongkrong sambil ngopi. Kedua, meningkatnya daya beli konsumen, tumbuhnya kelas menengah, dan harga kopi siap minum di kedai modern yang lebih terjangkau. Ketiga, dominasi populasi anak muda Indonesia (Generasi Y dan Z) yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi. Keempat, kehadiran media sosial memudahkan pebisnis kedai kopi melakukan aktivitas marketing dan promosi. Kelima, kehadiran platform *ride hailing* (Grabfood dan Go Food) memudahkan proses penjualan. Keenam, rendahnya *entries barriers* dalam bisnis kopi yang ditunjang ketersediaan pasokan bahan baku, peralatan (mesin kopi), dan sumber daya untuk membangun bisnis kedai kopi. Ketujuh, margin bisnis kedai kopi yang relatif cukup tinggi. (<https://www.beritasatu.com/whisnu-bagus-prasetyo/ekonomi/591071/2020-konsumsi-kopi-diproyeksikan-naik-139>) , di akses 28 Oktober 2020)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jadi berdasarkan fenomena yang di jabarkan di atas bisa kita simpulkan bahwa pada saat ini trend kopi di indonesia sedang mengalami peningkatan yang di mana peningkatan ini di perkirakan akan berlangsung untuk beberapa tahun kedepan yang mengakibatkan meningkatnya konsumsi kopi di indonesia yang oleh sebab itu ini menjadi peluang bagi para pengusaha untuk mengembangkan atau bahkan memperluas bisnisnya dibidang yang menggunakan kopi sebagai bahan baku untuk produknya sehingga hal ini menyebabkan populasi waralaba kopi di indonesia akan meningkat secara besar besaran dan tidak hanya itu sekarang terjadi budaya baru bagi anak anak millennial untuk berkumpul dan menghabiskan waktu di *coffeshop* baik saat berkumpul untuk sekedar berbincang atau mengerjakan tugas, para anak millennial menjadi kan *coffeshop* sebagai tempat favorit mereka untuk melakukan sesuatu dan tentu saja hal ini juga yang menjadi faktor utama para pengusaha tertarik untuk membuka waralaba kopi oleh sebab itu peneliti ingin menjadikan Janji Jiwa sebagai objek dari penelitian yang akan di bahas peneliti.

Tidak hanya itu berdasarkan trend atau fenomena di atas dapat kita simpulkan juga bahwa terjadinya penambahan populasi waralaba kopi di indonesia dapat terjadi akibat dari adanya kepuasan pelanggan terhadap kedai kopi sehingga akan adanya pembelian kembali dan menciptakan customer yang loyal sehingga customer dapat meningkat seiring berjalannya waktu dan akhirnya meningkatkan daya beli terhadap produk berbahan dasar kopi , jadi sangat penting untuk kita membuat pelanggan merasa puas agar mereka dapat terus mengkonsumsi produk yang kita tawarkan sehingga industri kita dapat terus berkembang , oleh sebab itu peneliti ingin menjadikan kepuasan pelanggan sebagai subjek dari penelitian oleh peneliti.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Kotler&Armstrong (2014:253) mendefinisikan kualitas produk

sebagai berikut: “*product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*”, yang artinya kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Kotler&Armstrong (2014:77) mendefinisikan promosi sebagai berikut: “*promotion refers to activities that communicate the merits of the products and persuade target customers to buy it*”, yang artinya promosi mengacu pada kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan meyakinkan target pelanggan untuk membelinya.

Menurut Kotler dalam Meldarianda dan Lisan (2010:97), Atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Atmosfer dalam sebuah toko dapat mempengaruhi emosi atau perasaan konsumen sehingga dapat menyebabkan terjadinya proses pembelian

Menurut Kotler&Armstrong (2010:314) , mendefinisikan harga sebagai berikut : “ Harga adalah sejumlah uang yang di bebaskan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”, yang artinya harga adalah suatu nilai atau besaran yang harus di bayarkan untuk nilai suatu produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan apa yang telah di sampaikan di atas peneliti memutuskan untuk

- ③ membahas faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap waralaba kopi Janji Jiwa.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengidentifikasi masalah dari penelitian sebagai berikut:

1. apakah promosi berpengaruh pada kepuasan pelanggan Janji Jiwa?
2. apakah harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan Janji Jiwa?
3. apakah kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan Janji Jiwa?
4. apakah suasana toko berpengaruh pada kepuasan pelanggan Janji Jiwa?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis akan membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi:

1. apakah promosi berpengaruh pada kepuasan pelanggan Janji Jiwa?
2. apakah harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan Janji Jiwa?
3. apakah suasana toko berpengaruh pada kepuasan pelanggan Janji Jiwa?

D. Batasan penelitian

Mengingat keterbatasan yang ada pada penulis, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut:

1. objek penelitian yang di pakai oleh penulis adalah Janji Jiwa
2. subjek penelitian adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi produk Janji Jiwa wilayah Bekasi
3. pengumpulan data hanya berdasarkan quistioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah , identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah di kemukakan diatas, maka perumusan masalah yang di ambil adalah sebagai berikut : **“PENGARUH SUASANA TOKO, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JANJI JIWA DI WILAYAH BEKASI “**

F. Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai penulis dalam melakukan penelitian pada produk Janji Jiwa di Wilayah Bekasi :

1. Untuk mengetahui pengaruh Suasana toko terhadap kepuasan pelanggan Janji Jiwa.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Janji Jiwa.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Janji Jiwa.

G. Manfaat penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan memperdalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Institut Binis Informatika Kwik Kian Gie School of Business
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan masukan bagi pihak manajemen utnuk menetapkan strategi perusahaan yang lebih baik lagi.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan sebagai bahan bacaan untuk menambah pengetahuan mengenai Suasana Toko , promosi dan harga serta bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian lebih lanjut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI RKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.