



BAB I

PENDAHULUAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pada bab ini akan menerangkan masalah apa yang diangkat oleh peneliti untuk menjadi bahan penelitian yang akan menjadi sebuah hasil penelitian baru terkait dengan variabel – variabel penelitian ini.

Berikut ini adalah penjelasan yang akan dibahas oleh peneliti secara rinci alur dari permasalahannya sehingga tidak keluar dari ketentuan yang diinginkan.

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan jaman masyarakat pada saat ini telah mengalami perubahan gaya hidup (*lifestyle*). Perubahan gaya hidup ini telah banyak mempengaruhi pola pikir, tingkah dan budaya masyarakat. Kebutuhan manusia yang tidak terbatas membuat kita berpikir bagaimana cara untuk menyelesaikan masalah ini dengan memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia tersebut. Memahami perilaku masyarakat tentu tidak mudah, karena masyarakat yang merupakan konsumen mempunyai sifat yang berbeda-beda. Gaya hidup urban merupakan gaya hidup baru yang menjamur di kalangan masyarakat saat ini. Salah satunya adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang gemar berkumpul di *café* atau *coffee shop*. Saat ini meminum kopi bukan lagi sekedar untuk menghilangkan rasa kantuk, melainkan sebagai bagian dari gaya hidup, dimana *coffee shop* menjadi tempat berkumpul yang amat diminati.

Merajalela *Coffee shop* membuktikan bahwa peminat konsumsi kopi yang semakin meningkat. Salah satunya terjadi peningkatan konsumsi kopi berada di Indonesia. Menurut Liputan6.com, (2021) Indonesia menjadi salah satu negara yang mengalami

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.



kenaikan konsumsi kopi. Hal ini membuat Produksi kopi Indonesia tahun 2020 angka sementara 753.491 ton dari luas areal 1.242.748 ha dengan produktivitas 806 kg/ha. Tahun 2019 angka tetap produksi 752.511 ton dengan luas areal 1.245.358 ha dan produktivitas 803 kg/ha. Menurut Direktur Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perkebunan Kementerian Pertanian Dedi Junaedi menyatakan, produksi kopi Indonesia 72 persen robusta, 27 persen arabika dan 1 persen liberika. Volume ekspor tahun 2020 mencapai 379.354 ton dengan nilai USD 821.937.000 dan impor volume 15.693 ton nilai USD 36.365.545.

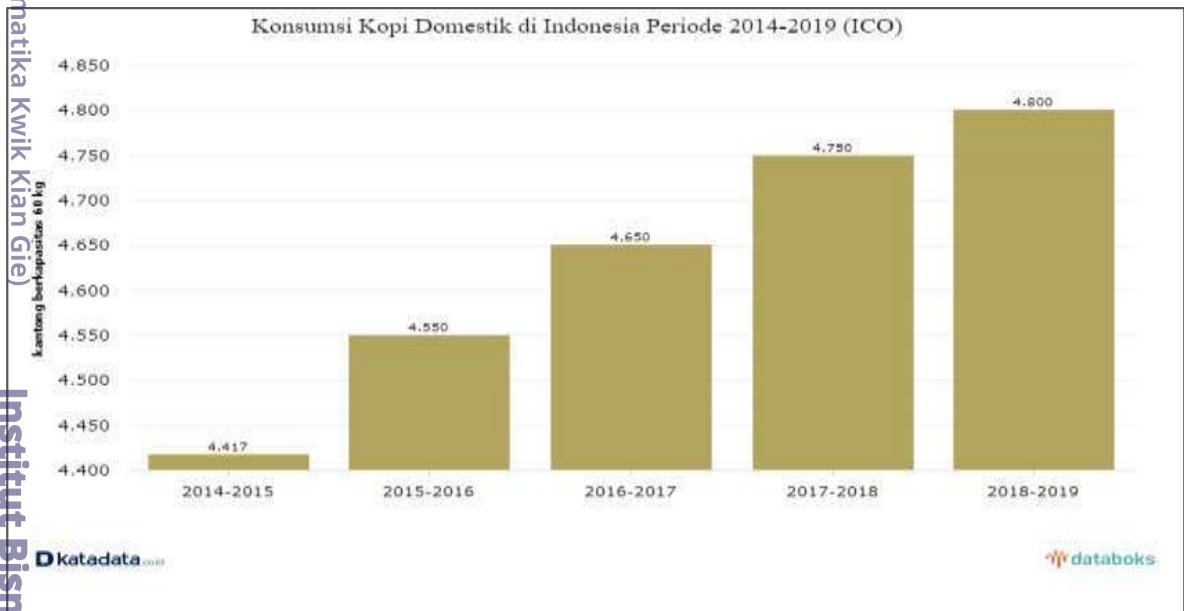
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta ini milik IBI BIKG (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.

Gambar 1. 1

Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Periode 2014-2019



Sumber: Databoks.katadata.co.id Tahun 2020

Kenaikan konsumsi kopi menjadi peluang bisnis bagi pengusaha yang mencoba peruntungannya membuat usaha *coffee shop*. Usaha *Coffee shop* di Indonesia termasuk di DKI Jakarta sudah merajalela. Kemunculan berbagai *coffee shop* dengan konsep *co-working space* di DKI Jakarta, di tambah dengan *free wi-fi*, dan kopi yang berkualitas



tinggi. *Coffee shop* kini tidak hanya sebagai tempat *hang out* tetapi mulai berkembang menjadi sesuatu yang lebih, dalam aspek perilaku sosial masyarakat kota besar khususnya di DKI Jakarta. DKI Jakarta menjadi kota incaran pengusaha dalam mendirikan usahanya.

Jumlah *coffee shop* di DKI Jakarta setiap tahunnya semakin meningkat, khususnya gerai Starbucks. Secara total pada tahun 2021 ada 478 gerai Starbucks yang tersebar di seluruh Indonesia (Sumber: databoks). Termasuk wilayah di Jakarta Utara yang menjadi pusat berkumpul dan bertemu, salah satunya adalah Summarecon Mall Kelapa Gading. Summarecon Mall Kelapa Gading menjadi salah satu pusat berkumpulnya warga Jakarta Utara terlebih khusus anak muda. Letak yang strategis dan dikelilingi oleh banyak kecamatan di Jakarta Utara. Bukan hanya sekedar untuk berbelanja, Summarecon Mall Kelapa Gading juga menyediakan berbagai kedai kopi dan *coffee shop* premium yang dapat dijadikan tempat untuk membicarakan bisnis maupun hanya sebatas *nongkrong* saja. Ada beberapa gerai Starbucks yang tersedia di Summarecon Mall Kelapa Gading salah satunya adalah di Gading 3.

Review yang dilontarkan oleh Jeremiah dengan penilaian bintang 4 dari 5 pada *website* zomato terhadap kualitas produk di daerah Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading 3 mengenai kualitas produk yakni rasa kopi yang ada di Mall Kelapa Gading 3 lebih baik daripada disekitarnya. *Review* tersebut bertepatan dengan *Review* yang diberikan oleh Awaludinromdloni dengan penilaian bintang 5 dari 5 pada *website* pergikuliner, ini merupakan pujian pelanggan terhadap Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading 3 yakni Starbuck selalu konsisten di setiap *store* ya. Setiap dirinya datang selalu memesan *caramel machiato* atau *cold brew* karena rasanya enak. Namun sayangnya tidak sejalan dengan *Review* yang diberikan oleh Erickkt pada *website*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBKKG (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 IBKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



pergikuliner yang mengatakan Rasa kopi yang disajikan di Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading 3 tidak sesuai yang diharapkan dan memiliki harga yang relatif mahal.

Membangun suatu usaha sebelum mendirikan tempatnya ialah merencanakan produk sebaik mungkin mulai bahan baku sampai dapat di konsumsi oleh pelanggan. Untuk membuat suatu produk diperlukan bahan baku, bahan baku yang dipilih harus berkualitas. Kualitas produk menjadi peran penting dalam penjualan. Kualitas yang baik akan mendatangkan permintaan yang banyak. Menurut Kotler & Keller, (2016:164) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jaya et al., (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas yang dimiliki suatu produk akan mempengaruhi niat beli pelanggan, maka perlu untuk diciptakan produk yang berkualitas agar pelanggan merasa puas. Penelitian ini sejalan penelitian Herlambang & Komara, (2021) menyimpulkan bahwa kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haris & Welsa, (2018) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain dari kualitas produk salah satu faktor yang mendorong kepuasan pelanggan berdasarkan Purnamasari (2015:3) dalam Setyo, (2017) menjelaskan bahwa harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Starbucks memberikan kualitas produk yang tidak lagi diragukan dalam menjual makanan dan minuman. Walaupun Starbucks memang termasuk golongan minuman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi undang-undang. 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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



kopi yang terbilang mahal, namun sampai dengan sekarang ini masih bertahan. Hal ini terjadi karena Starbucks memperhatikan dari kualitas cita rasa dari kopi yang unik hingga Starbucks memberi kesan eksklusif di benak pelanggannya.

Tabel 1. 1
Perbandingan Harga Kopi Cappucino

No.	Nama <i>Café</i>	Perbandingan Harga
1	Starbucks	Rp 49.000
2	<i>Coffee Bean & Tea Leaf</i>	Rp 44.000
3	Ngopi Doeloe	Rp 30.500

Sumber: <http://www.zomato.com> Tahun 2021

Dilihat pada tabel 1.1 dari data *Top Brand Indec Coffee* di Indonesia, urutan tiga besar kedai kopi terbaik di Indonesia yaitu Starbucks (49,4%), *The Coffee Beand & Tea Leaf* (11,9%), dan Ngopi Doeloe (3,3%) (Topbrand-award.com, 2021). Selama kurun waktu lima tahun berturut-turut, *coffee shop* Starbucks berhasil mempertahankan posisinya pada peringkat pertama sebagai kedai kopi terbaik di Indonesia. Dengan banyaknya kedai kopi yang bermunculan, maka membuat persaingan bisnis di antara kedai kopi sejenis semakin tinggi. Berdasarkan penilaian tentang Starbucks yang dibandingkan dengan tiga kompetitornya, Starbucks mendapatkan nilai tertinggi. Starbucks melihat persaingan yang semakin meningkat, banyak kompetitor yang menawarkan konsep yang sama jika dilihat dari segi produk dan layanan yang ditawarkan. Walaupun dari segi harga Starbucks menawarkan harga yang paling tinggi, Starbucks memikirkan cara lain untuk menghadapi persaingan ini.



Penelitian Francesco dan Firdaus (2021) menyimpulkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dihasilkan oleh Wardhana & Sitohang, (2021) ialah harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang dibayarkan sebanding dengan apa yang didapatkan oleh pelanggan, sehingga orang banyak betah untuk berkunjung. Dapat dikatakan bahwa harga adalah faktor penting dan penentu dalam menjalankan kegiatan jual-beli yang mampu memberikan manfaat keuntungan untuk jangka waktu ke depan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Setyandi & Satrio, (2018) ialah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, berdasarkan *review* pelanggan dan penelitian terdahulu memperkuat peneliti untuk meneliti kembali.

B. Identifikasi Masalah

Berlandaskan permasalahan diatas yang sesuai dengan latar belakang dengan begitu terdapat suatu pemahaman masalah diantaranya:

1. Bagaimana Kualitas Produk Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3?
2. Bagaimana Harga yang ditawarkan Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3?
3. Bagaimana Kepuasan Pelanggan Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3?

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.



C. Batasan Masalah

Setelah mengetahui identifikasi masalah maka peneliti dapat menentukan batasan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3 Berpengengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan ?

2. Apakah Harga Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3 Berpengengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan ?

D. Batasan Penelitian

Dengan adanya batasan masalah diatas membuat peneliti bisa memberikan ketentuan untuk membatasi ruang lingkup penelitian agar terfokus kedalam pembahasan.

Batasan penelitian diantaranya:

1. Objek penelitian ini adalah kualitas produk dan harga di Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading 3

2. Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengkonsumsi Kopi di Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading 3 dalam jangka waktu 6 bulan terakhir Waktu yang diambil untuk melakukan penelitian tahun 2022.

E. Rumusan Masalah

Setelah dipaparkan identifikasi masalah dan batasan-batasan masalah, maka peneliti akan merumuskan masalah untuk merincikan pembahasan yang akan diteliti sebagai berikut:

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kopi di Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading 3?



Tujuan Penelitian

Didalam penelitian ini terdapat tujuan penelitian untuk menjelaskan rumusan masalah diatas. Berikut ini adalah tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3.

Manfaat Penelitian

Setelah mengetahui adanya tujuan penelitian, maka peneliti pun memaparkan manfaat yang terdapat pada penelitian yang dilakukan. Berikut ini adalah manfaat dari penelitian:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa bermanfaat untuk pihak-pihak sebagai literatur dalam penelitian selanjutnya maupun sebagai bahan pertimbangan atas penelitian tentang pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3.

Bagi Starbucks

Starbucks mendapatkan masukan yang baik atau buruk dari pelanggan mengenai kepuasan yang didapatkannya ketika pelanggan mengkonsumsi kopi. Masukan ini akan menjadi acuan untuk penyusunan program pemasarannya.

F.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.