

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia bisnis saat ini. Industri makanan dan minuman merupakan industri yang mengalami perkembangan bisnis yang sangat pesat, hal ini disebabkan karena adanya perubahan serta kemajuan teknologi yang semakin canggih serta pola pikir manusia yang dinamis, salah satunya ditandai dengan banyaknya para pelaku bisnis mencoba mengembangkan usahanya pada bidang kuliner menjadi bisnis yang beragam dengan berbagai cara melalui teknologi yang bisa terus dikembangkan. Dengan banyaknya para pelaku bisnis, maka bisnis kuliner mengalami persaingan yang kompetitif, para pelaku bisnis berusaha untuk merebut posisi pangsa pasar melalui berbagai inovasi yang ditawarkan dan disajikan dalam bentuk produk maupun jasa di Indonesia.

Bisnis di bidang kuliner ini akan terus tumbuh seiring dengan pertumbuhan populasi manusia, karena bisnis kuliner menyangkut kebutuhan dasar hidup manusia. Jumlah populasi masyarakat di Indonesia yang kian meningkat dari tahun ke tahun, menyebabkan tumbuhnya industri kreatif yang semakin banyak bermunculan. Industri ekonomi kreatif secara perlahan akan menggantikan peran komoditas dan sumber daya alam sebagai acuan dari perekonomian Indonesia. Industri kreatif merupakan salah satu pilar dalam membangun ekonomi nasional,

karena mampu menciptakan sumber daya manusia yang mampu bersaing di era globalisasi, dan mampu mensejahterakan masyarakat. Dengan munculnya ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang diperbaharui. Berikut ini adalah data kontribusi subsektor industri kreatif di Kabupaten Purwakarta tahun 2020 sampai 2022:

**Tabel 1.1**  
**Kontribusi Subsektor Industri Kreatif PDB Kabupaten Purwakarta Tahun 2020 – 2022**

No	Industri kreatif	2020	Kenaikan %	2021	Kenaikan %	2022	Kenaikan %
		Kontribusi PRDB		Kontribusi PRDB		Kontribusi PRDB	
1	Periklanan	Rp 34.101.493	6,64%	Rp 35.180.198	6,37%	Rp 39.753.436	6,59%
2	Arsitektur	Rp 20.404.983	3,97%	Rp 21.559.221	3,90%	Rp 25.095.637	4,16%
3	Desain	Rp 40.324.044	7,86%	Rp 46.960.551	8,50%	Rp 63.468.583	10,52%
4	<i>Fashion</i>	Rp 130.709.497	25,46%	Rp 138.230.636	25,03%	Rp 145.803.769	24,16%
5	Film, Animasi dan Video	Rp 2.327.035	0,45%	Rp 2.598.066	0,47%	Rp 2.612.303	0,43%
6	Fotografi	Rp 29.395.576	5,73%	Rp 32.551.218	5,90%	Rp 31.237.794	5,18%
7	Kerajinan tangan	Rp 112.184.696	21,85%	Rp 118.763.698	21,51%	Rp 127.632.876	21,15%
8	Kuliner	Rp 80.797.435	15,74%	Rp 85.960.551	15,57%	Rp 92.468.583	15,32%
9	Permainan Interaktif	Rp 1.162.022	0,23%	Rp 1.718.968	0,31%	Rp 2.156.486	0,36%
10	Musik	Rp 8.324.044	1,62%	Rp 9.537.101	1,73%	Rp 10.137.243	1,68%
11	Pasar dan Barang Seni	Rp 4.827.408	0,94%	Rp 5.925.472	1,07%	Rp 6.170.805	1,02%
12	Penerbitan dan percetakan	Rp 1.803.373	0,35%	Rp 1.980.562	0,36%	Rp 2.414.318	0,40%
13	Penelitian dan Pengembangan	Rp 30.429.617	5,93%	Rp 31.375.175	5,68%	Rp 32.590.910	5,40%
14	Seni Pertunjukan	Rp 4.588.046	0,89%	Rp 6.821.976	1,24%	Rp 7.256.312	1,20%
15	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	Rp 2.590.048	0,50%	Rp 2.907.633	0,53%	Rp 3.303.347	0,55%
16	Televisi dan Radio	Rp 9.375.682	1,83%	Rp 10.092.113	1,83%	Rp 11.419.284	1,89%
	<b>Total</b>	<b>Rp 513.344.998</b>	<b>100%</b>	<b>Rp 552.163.139</b>	<b>100,00%</b>	<b>Rp 603.521.686</b>	<b>100%</b>

Sumber : Dinas Perdagangan Kabupaten Purwakarta, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat 16 subsektor yang telah ditetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif yang berkontribusi pada perekonomian di Kabupaten Purwakarta tahun 2020 sampai dengan tahun 2022. Dapat dilihat juga kontribusi terbesar PDB (Produk Domestik

Bruto) Kabupaten Purwakarta Tahun 2020 sampai dengan Tahun 2022 didominasi oleh 3 (tiga) subsektor industri kreatif, yaitu *fashion*, industri kerajinan tangan dan industri kuliner. Mengacu pada data di Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa persentase industri *fashion* memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) di Kabupaten Purwakarta yaitu sebesar 24,16%, diikuti oleh industri kerajinan yang memberikan kontribusi PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 21,15% dan di posisi ketiga diikuti oleh industri kuliner yang memberikan kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 15,32%. Dengan demikian industri *fashion*, industri kerajinan dan industri kuliner sama-sama memiliki kontribusi dan potensi yang besar untuk terus berkembang dan memperluas bisnis di Kabupaten Purwakarta.

Tingginya peluang pada bisnis industri kuliner terjadinya banyak persaingan ketat dalam meraih pangsa pasar dan perusahaan dituntut untuk dapat mengembangkan produktivitas, efisiensi dan daya saing untuk dapat berkompetisi di pangsa pasar. Di Kabupaten Purwakarta, industri kuliner berada di posisi urutan tiga besar sub-sektor yang menyumbangkan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Kabupaten Purwakarta. Tingginya kontribusi subsektor industri kuliner tersebut menandakan banyaknya pelaku usaha yang berperan penting dalam memulai, membuka dan mengembangkan usaha di bidang kuliner. Berikut data jumlah pelaku usaha pada tiga sub-sektor yang menyumbangkan kontribusi paling tinggi terhadap PDB Kabupaten Purwakarta pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2022:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Pelaku Usaha Pada Tiga Subsektor Yang Memiliki Kontribusi (PDB)**  
**Tertinggi di Kabupaten Purwakarta Tahun 2020 - 2022**

sub-sektor	2020	kenaikan %	2021	kenaikan %	2022
	Kontribusi PRDB		Kontribusi PRDB		Kontribusi PRDB
Fashion	876	38%	964	38%	983
Kerajinan Tangan	782	34%	841	33%	843
Kuliner	658	28%	712	28%	728
<b>Total</b>	<b>2.316</b>		<b>2.517</b>		<b>2.554</b>

Sumber: Dinas Perdagangan Kabupaten Purwakarta, 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha pada subsektor kuliner di Kabupaten Purwakarta memiliki persentase jumlah kenaikan pelaku usaha yang paling rendah dibandingkan dengan subsektor yang lainnya yaitu *fashion* dan kerajinan tangan. Hal ini menunjukkan usaha kuliner di Kabupaten Purwakarta masih terbilang rendah dalam perkembangannya, seperti yang di ketahui bahwa di Kabupaten Purwakarta sendiri bisnis kuliner mempunyai peluang yang sangat tinggi untuk dikembangkan karena antusias masyarakat terhadap makanan dan minuman semakin tinggi, seharusnya tingginya peluang usaha dalam industri kuliner, bersamaan dengan semakin tinggi pertumbuhan jumlah pelaku usaha.

Pelaku usaha bisnis di bidang kuliner dituntut untuk terus berinovasi dalam menarik perhatian konsumen untuk membeli produk perusahaan itu dilakukan agar perusahaan yang bergerak di bidang kuliner itu sendiri tidak ketinggalan dengan perusahaan-perusahaan yang lainnya. Para pelaku usaha berupaya membuat konsep yang menarik untuk membuat konsumen mendatangi tempat usahanya sebagai upaya untuk memenuhi perusahaan. Perlunya para pengusaha kuliner di Kabupaten Purwakarta memiliki ide-ide yang kreatif agar dapat menarik perhatian, mulai dari

menu yang ditawarkan hingga konsep yang unik. Kabupaten Purwakarta memiliki peluang besar untuk tumbuh dimasa depan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat. Mengingat maraknya usaha kuliner di Kabupaten Purwakarta tentunya tidak terlepas dari penduduk di Kabupaten Purwakarta. Meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya maka secara tidak langsung meningkat pula kebutuhan hidup yang harus dipenuhi khususnya pangan. Pentingnya peluang bisnis usaha kuliner bagi pengusaha ini untuk terus melakukan inovasi dan memperbaiki kekurangannya sehingga usaha kuliner ini akan terus berkembang dan menjadi subsektor yang memberikan kontribusi besar kepada Kabupaten Purwakarta. Usaha kuliner ini sedangbanyak peminatnya sehingga setiap usaha kuliner selalu memberikan inovasi. Maka dari itu berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jumlah perkembangan jenis-jenis sektor usaha kuliner di Kabupaten Purwakarta tahun 2020 sampai dengan 2022:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Usaha Kuliner di Kabupaten Purwakarta Tahun 2020 – 2022**

Jenis Usaha	2020	Kenaikan	2021	Kenaikan	2022
Restoran	135	24,15%	178	4%	185
Rumah Makan	142	15%	167	5,11%	176
Restoran Waralaba	81	12,9%	93	7%	100
<i>Cafe</i>	88	10%	98	3,9%	103
Pujasera	50	29,5%	71	11,2%	80
Bar	68	26,8%	73	6,4%	79
Jasa Boga	86	13%	100	11,5%	113
<b>Total</b>	650		780		836

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Purwakarta

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa industri kuliner di Kabupaten Purwakarta selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Secara keseluruhan pada setiap jenis usaha mengalami peningkatan dari tahun 2020 sampai 2022, hal ini membuktikan bahwa usaha kuliner di Kabupaten Purwakarta mengalami

peningkatan yang baik dari tahun ke tahun, namun dari jenis usaha *cafe* merupakan jenis usaha kuliner yang memiliki persentase kenaikan paling rendah diantara jenis usaha kuliner lainnya. Dari tahun 2020 hingga 2021 persentase pertumbuhan usaha *cafe* sebesar 10% dan pada tahun 2021 hingga 2022 persentase pertumbuhannya hanya sebesar 3,9% itu berarti para pelaku usaha *cafe* harus meningkatkan potensi mereka agar dapat bersaing dengan usaha kuliner lainnya dan mengoptimalkan profit perusahaan. Semakin banyaknya jenis kuliner di Kabupaten Purwakarta akan berdampak pada persaingan yang semakin ketat serta para pelaku usaha bisnis kuliner juga dituntut untuk dapat bisa menjadi penyedia produk dan jasa yang terbaik supaya dapat menguasai pangsa pasar dan mencapai tujuan perusahaan.

Bisnis dibidang makanan dan minuman mempunyai kecenderungan yang stabil baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya, dalam hal ini pemasaran tidak hanya menentukan sasaran dan target pasarnya tetapi dimulai dengan pemenuhan kebutuhan konsumen yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan konsumen, perusahaan juga harus menciptakan produknya dengan baik supaya dapat unggul dan diminati oleh konsumen yang sebelumnya tidak memiliki permintaan. Tugas pemasar ialah memberikan daya tarik kepada konsumen dapat mengalihkan perhatiannya kepada yang telah ditawarkan. Dengan cara tersebut akan memberikan rasa penasaran dan untuk memenuhi rasa penasaran masyarakat akan datang ketempat usaha kuliner yang kita sediakan. Berikut ini adalah beberapa jenis *cafe* di Kabupaten Purwakarta tahun 2020 sampai 2022:

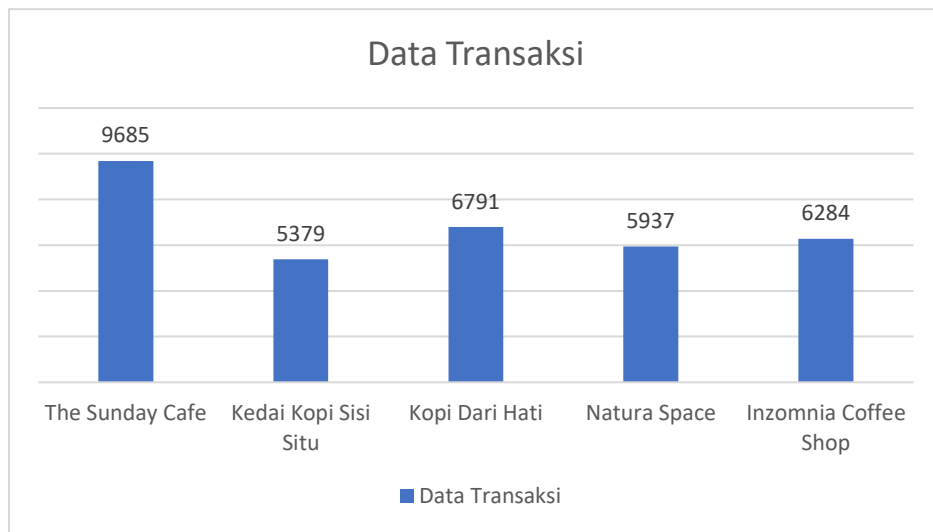
**Tabel 1.4**  
**Data Usaha *Cafe Shop* di Kabupaten Purwakarta berdasarkan rating**

No	Nama <i>Coffe Shop</i>	Alamat	Rating
1	Kopi Dari Hati	Wanayasa	4,7
2	Inzomnia Coffee Shop	Wanayasa	4,6
3	Kedai Kopi Sisi Situ	Wanayasa	4,2
4	Naturaspac	Wanayasa	4,7
5	Tentang Kopi	Wanayasa	4,9

Sumber: google review

Berdasarkan Tabel 1.4 menurut rating Google Review dapat diketahui bahwa menunjukkan bahwa Tentang Kopi berada pada rating pertama dengan rate 4,9, sedangkan Kedai Kopi Sisi Situ menduduki rating paling rendah sebesar 4,2. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada perusahaan kedai kopi sisi situ, sehingga tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan tersebut dan mengetahui lebih lanjut permasalahan apa yang dihadapinya sehingga berada pada posisi tersebut.

*Cafe* pada saat ini menjadi bisnis yang sangat meningkat dengan pesat, dengan banyaknya usaha *cafe* di Kabupaten Purwakarta membuat dunia bisnis *cafe* semakin bersaing. Persaingan yang meningkat pesat pada bisnis berjenis *cafe* menjadikan konsumen memilih salah satu jenis *cafe* untuk memenuhi keinginannya. Untuk lebih jelas dibawah ini terdapat Gambar 1.1 mengenai data transaksi.



**Gambar 1.1**

**Data Transaksi *Cafe* di Kabupaten Purwakarta Tahun 2022**

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa terdapat jumlah orang yang bertransaksi di berbagai usaha *Coffe Shop* di Kabupaten Purwakarta. Gambar di atas menunjukkan terdapat jumlah transaksi yang paling tinggi pada The Sunday Cafe dengan jumlah transaksi 9.685 unit dan terendah Kedai Kopi Sisi Situ dengan jumlah 5.379 unit yang mana merupakan transaksi yang paling rendah dibandingkan dengan pesaing lainnya. Berkenaan dengan hal tersebut maka teratrik untuk menjadikan Kedai Kopi Sisi Situ sebagai objek pada penelitian. Hal ini dikarenakan terbukti bahwa dari dampak pesatnya pesaing dan pertumbuhan pesaing berpengaruh secara langsung terhadap penurunan hasil penjualan pada *Coffe Shop* di Purwakarta.

*Cafe* jenis *Coffee Shop* di Kabupaten Purwakarta pada saat ini semakin berkembang, sehingga masing-masing usaha di industri ini harus menerapkan strategi yang tepat dalam melakukan diferensiasi di antara pesaingnya, perbedaan diperlukan karena setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama, selain itu menampilkan *physical evidence*



untuk menarik perhatian lebih kepada konsumen, baik dari sisi produk maupun servisnya agar mampu menarik dan mempertahankan konsumen sesuai yang diharapkan perusahaan. Perusahaan dituntut untuk berpikir lebih kreatif dalam menciptakan konsep yang berbeda dari *cafe* yang sudah ada untuk menarik perhatian konsumen. Gunanya menarik konsumen tidak hanya untuk menunjukkan eksistensi dari perusahaan, tetapi juga mempertahankan tingkat penjualan pada perusahaan tersebut apakah sudah sesuai dengan target yang ditetapkan. Untuk mengetahui lebih spesifik kondisi internal pada *coffee shop* Kedai Kopi Sisi Situ pada tahun 2022 sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Data Penjualan Kedai Kopi Sisi Situ Tahun 2022**

Bulan	Target	Penjualan	Jumlah Perubahan	Persentase
Januari	Rp 50.000.000	Rp49.510.000	-	99%
Februari	Rp 50.000.000	Rp39.820.000	(-) 9.690.000	80%
Maret	Rp 50.000.000	Rp45.120.000	(+) 5.300.000	90%
April	Rp 50.000.000	Rp38.310.000	(-) 6.810.000	77%
Mei	Rp 50.000.000	Rp72.110.000	(+) 33.800.000	144%
Juni	Rp 50.000.000	Rp46.120.000	(-) 25.990.000	92%
Juli	Rp 50.000.000	Rp36.520.000	(-) 19.600.000	73%
Agustus	Rp 50.000.000	Rp62.920.000	(+) 26.400.000	126%
September	Rp 50.000.000	Rp40.410.000	(-) 22.510.000	81%
Oktober	Rp 50.000.000	Rp58.910.000	(+) 18.500.000	118%
November	Rp 50.000.000	Rp45.621.000	(-) 13.289.000	91%
Desember	Rp 50.000.000	Rp65.920.000	(+) 20.299.000	132%

Sumber : Kedai Kopi Sisi Situ Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan adanya permasalahan yang dialami pada penjualan Kedai Kopi Sisi Situ tahun 2022. Tabel penjualan memperlihatkan penjualan yang fluktuatif, jumlah penjualan pada bulan Maret, Mei, Agustus dan Desember mengalami peningkatan penjualan, sedangkan pada bulan Februari, April, Juni, Juli, September, Oktober dan November 2022 mengalami penurunan penjualan Kedai Kopi Sisi Situ. Jumlah peningkatan tertinggi terjadi pada bulan Agustus. Pendapatan yang tidak stabil dan bahkan cenderung mengalami

penurunan tersebut mengindikasikan bahwa adanya masalah yang terjadi pada penjualan di Kedai Kopi Sisi Situ.

Penjualan Kedai Kopi Sisi Situ yang mengalami penurunan dapat disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal maupun faktor eksternal. Banyaknya pesaing baru yang bermunculan mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis. Untuk itu perusahaan harus mampu memperlihatkan strategi pemasaran yang dijalankannya agar dapat menarik konsumen dan memelihara konsumennya agar tidak pindah ke perusahaan lain. Karena itu perusahaan perlu memperhatikan faktor kepuasan konsumen. Selain itu, banyaknya konsumen yang mengeluh juga menandakan bahwa konsumen tersebut merasa tidak puas. Keluhan konsumen dijadikan sebagai salah satu alat untuk mengukur seberapa besar kepuasan konsumen. Semakin banyak keluhan yang diterima perusahaan maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen atas kinerja perusahaan tersebut. Berikut data keluhan konsumen Kedai Kopi Sisi Situ tahun 2022:

**Tabel 1.6**  
**Data Keluhan Kedai Kopi Sisi Situ Tahun 2020-2022**

No.	Keluhan Konsumen	Jumlah Keluhan
1	Tempat yang kurang luas.	30 Orang
2	Harga yang terbilang mahal.	48 Orang
3	Harga yang tidak sesuai dengan porsi makanan.	27 Orang
4	Kursi yang disediakan kurang nyaman.	34 Orang
Total		139 Orang

Sumber : Google review

Berdasarkan Tabel 1.6 terdapat beberapa keluhan yang dikeluhkan konsumen terhadap Kedai Kopi Sisi Situ dimana konsumen merasa ruangan sempit yang membuat konsumen kurang nyaman di tempat, kemudian harga yang terbilang

mahal, kursi yang disediakan kurang nyaman dan harga yang tidak sesuai dengan porsi makanan. Dengan adanya keluhan konsumen, maka dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Sisi Situ berada dalam kondisi tidak puas. Sehingga kepuasan konsumen sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan agar pelanggan tidak merasa kecewa. Maka dengan semua permasalahan yang dikeluhkan konsumen, perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap semua hal yang dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa. Hal tersebut sesuai dengan teori menurut Kotler dan Keller (2018:236) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya”. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang, dengan begitu, perusahaan pun harus memperhatikan kepuasan konsumen. Sehingga konsumen dapat memilih *cafe* mana yang menarik untuk dikunjungi dan bukan hanya sebatas berkunjung tetapi konsumen merasa puas, kemungkinan membeli dengan jumlah yang banyak atau sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pemasaran yang dilakukan belum maksimal.

Bisnis kuliner yang semakin berkembang menjadikan para pelaku usaha di bidang ini harus mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen agar dapat melakukan pembelian terhadap produk perusahaannya. Berikut ini adalah data konsumen kedai kopi sisi situ tahun 2022:

**Tabel 1.7**  
**Data Pengunjung Kedai Kopi Sisi Situ Selama Tahun 2022**

No	Bulan	Jumlah Konsumen	Jumlah Perubahan	Persentase Perubahan
1	Januari	774	-	-
2	Februari	621	(+) 153	20%
3	Maret	738	(-) 117	-19%
4	April	482	(+) 256	35%
5	Mei	697	(-) 215	-45%
6	Juni	563	(+) 134	19%
7	Juli	359	(+) 204	36%
8	Agustus	502	(-) 143	-40%
9	September	479	(+) 23	5%
10	Oktober	339	(+) 140	29%
11	November	411	(-) 72	-21%
12	Desember	536	(-) 125	-30%

Sumber : Kedai Kopi Sisi Situ 2022

Berdasarkan Tabel 1.7 menunjukkan bahwa jumlah konsumen Kedai Kopi Sisi Situ pada bulan Februari, April, Juni, Juli, September dan Oktober 2022 mengalami peningkatan konsumen, sedangkan pada bulan Maret, Mei, Agustus, November dan Desember 2022 mengalami penurunan jumlah konsumen Kedai Kopi Sisi Situ. Jumlah penurunan tertinggi terjadi pada bulan Agustus dan jumlah peningkatan tertinggi terjadi pada bulan April. Hal ini menunjukkan bahwa ada pula persaingan *Coffee Shop* di Kabupaten Purwakarta yang mana para pelaku usaha tentunya memanfaatkan peluang yang ada pada bisnis ini, sehingga masing-masing perusahaan harus mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri agar dapat lebih unggul dari yang lain dan tentunya menarik perhatian konsumen. Konsumen saat ini lebih selektif dalam menentukan pilihannya dalam membeli suatu produk atau jasa. Melihat persaingan bisnis *Coffee Shop* yang semakin ketat, mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar yang dimilikinya. Hal ini menunjukkan bahwa Kedai Kopi Sisi Situ perlu meningkatkan strategi pemasaran

yang memiliki orientasi kepada konsumen. Strategi tersebut merupakan suatu jenis pemasaran yang fokus terhadap kepuasan dan keinginan.

Untuk mengetahui hal yang mengakibatkan penurunan pembelian pada Kedai Kopi Sisi Situ telah dilakukan penelitian pendahuluan (Pra survey) kepada 30 orang konsumen yang berkunjung ke Kedai Kopi Sisi Situ pada Februari 2023:

**Tabel 1.8**  
**Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan (Pra Survey)**  
**Kinerja Pemasaran Kedai Kopi Sisi Situ**

No	Variabel	Pernyataan	Tanggapan					Rata-rata	Ket
			SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1		
1	Keputusan Pembelian	Saya sangat tertarik membeli produk di Kedai Kopi Sisi Situ	4	24	2	0	0	4,1	Baik
		Saya merasa membeli produk di Kedai Kopi Sisi Situ adalah keputusan yang sangat tepat	7	16	6	1	0	4,0	Baik
2	Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan yang ditawarkan di Kedai Kopi Sisi Situ sesuai dengan harapan saya	0	12	15	3	0	3,3	Kurang Baik
		Saya merasa sangat puas setelah melakukan pembelian produk di Kedai Kopi Sisi Situ	1	11	10	8	0	3,2	Kurang Baik
3	Loyalitas	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain, rekan, atau keluarga untuk membeli produk di Kedai Kopi Sisi Situ	0	11	14	5	0	3,2	Kurang Baik
		Saya berminat untuk kembali ke Kedai Kopi Sisi Situ	1	11	15	3	0	3,3	Kurang Baik

No	Variabel	Pernyataan	Tanggapan					Rata-rata	Ket
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
4	Kepercayaan	Kedai Kopi Sisi Situ mampu memberikan kenyamanan dan keamanan kepada pengunjung	5	15	6	4	0	3,7	Baik
		Kedai Kopi Sisi Situ berusaha meningkatkan responnya terhadap kebutuhan pelanggan	8	16	5	1	0	4	Baik
5	Citra Perusahaan	Kedai Kopi Sisi Situ mempunyai ciri khas di setiap produk yang ditawarkan	7	20	3	2	0	4,3	Baik
		Kedai Kopi Sisi Situ merupakan tempat kopi yang pertama di ingat	5	13	8	4	0	3,6	Baik

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023.

Berdasarkan Tabel 1.8 dari hasil penelitian pendahuluan atau pra survey mengenai kepuasan pelanggan, hasilnya nilai terkecil terdapat pada dimensi kepuasan pelanggan. Rata-rata responden memilih untuk menjawab kurang setuju itu artinya pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ merasa tidak puas setelah melakukan pembelian produk. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen akan produk atau jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan eksistensi pelanggan.

Berdasarkan hasil pra-survey dan fenomena yang terjadi, dilakukan penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Seperti yang diketahui bahwa bauran pemasaran terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat/Lokasi (*Place*), Promosi (*Promotion*), Proses (*Process*), Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*). Berikut ini hasil penelitian pendahuluan bauran pemasaran yang disebarkan kepada 30 responden konsumen Kedai Kopi Sisi Situ pada Februari 2023.

**Tabel 1.9**  
**Data Hasil Kuisioner Penelitian Pendahuluan (Pra Survey)**  
**Bauran Pemasaran Konsumen Kedai Kopi Sisi Situ**

No	Variabel	Pernyataan	Tanggapan					Rata-rata	ket
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	<i>Product</i>	Kualitas makanan dan minuman yang disajikan di Kedai Kopi Sisi Situ sangat baik	4	18	8	0	0	3,87	Baik
		Makanan dan minuman yang ditawarkan di Kedai Kopi Sisi Situ sangat beragam	5	18	6	1	0	3,9	Baik
2	<i>Price</i>	Harga produk di Kedai Kopi Sisi Situ terjangkau dibandingkan dengan harga <i>cafe</i> sejenis	0	10	13	5	2	3,0	Kurang Baik
		Harga produk Kedai Kopi Sisi Situ sesuai dengan manfaat yang diterima	0	11	14	4	1	3,1	Kurang Baik
3	<i>Place</i>	Lokasi Kedai Kopi Sisi Situ mudah dijangkau	3	22	5	0	0	3,9	Baik
		Lokasi Kedai Kopi Sisi Situ dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal	4	21	5	0	0	4,0	Baik
4	<i>Promotion</i>	Responden datang ke Kedai Kopi Sisi Situ atas rekomendasi teman/orang terdekat	0	19	10	1	0	3,6	Baik
		Saya mengetahui Kedai Kopi Sisi Situ melalui media social dan jejaring internet	6	18	5	1	0	4,0	Baik
5	<i>Process</i>	Proses pemesanan di Kedai Kopi Sisi Situ sangat mudah	3	20	7	0	0	3,9	Baik
		Proses pemesanan di Kedai Kopi Sisi Situ sangat mudah	6	17	7	0	0	4,0	Baik
6	<i>People</i>	Kedai Kopi Sisi Situ mempunyai wawasan yang baik tentang produknya	3	21	6	1	0	4,0	Baik
		Kedai Kopi Sisi Situ melayani dengan ramah dan sopan	6	19	5	0	0	4,0	Baik
7	<i>Physical Evidance</i>	Fasilitas yang tersedia di Kedai Kopi Sisi Situ sangat baik	1	10	13	3	3	3,0	Kurang Baik
		Fasilitas yang tersedia di Kedai Kopi Sisi Situ dapat menunjang kebutuhan konsumen	1	12	11	5	1	3,2	Kurang Baik

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023.

Tabel 1.9 hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran Kedai Kopi Sisi Situ yang disebarkan kepada 30 responden di peroleh informasi bahwa 13 responden kurang setuju bahwa fasilitas yang tersedia di Kedai Kopi Sisi Situ memenuhi harapan konsumen dan pendukung lainnya seperti kursi, meja, wifi tidak membuat konsumen merasa nyaman pada saat berkunjung dan tidak ingin berlama-lama berada di Kedai Kopi Sisi Situ. Selain itu aspek harga sebanyak 13 responden kurang setuju bahwa harga produk di Kedai Kopi Sisi Situ terjangkau. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa yang menjadi penyebab kurangnya kepuasan pembelian pada kedai kopi sisi situ adalah *Physical Evidence* dan Harga. Berikut ini merupakan data yang diperoleh dalam pra survei mengenai *physical evidence* dan harga pada konsumen Kedai Kopi Sisi Situ.

**Tabel 1.10**

**Hasil Pra Survey *Physical Evidence* pada pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ**

No	Variabel	Pernyataan	Tanggapan					Rata-rata	ket
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	<i>Physical Evidence</i>	Fasilitas yang tersedia di Kedai Kopi Sisi Situ sangat baik	1	10	13	3	3	3,0	Kurang Baik
		Fasilitas yang tersedia di Kedai Kopi Sisi Situ dapat menunjang kebutuhan konsumen	1	12	11	5	1	3,2	Kurang Baik

Berdasarkan data pra survei di atas pada Tabel 1.10 faktor yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan adalah *physical evidence*. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, untuk mendapatkan pelanggan loyal. *Physical evidence* yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama



yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Azwar Tryadi dan Muhajirin (2021) mengemukakan bahwa *physical evidence* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain *physical evidence*, terdapat variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, yaitu harga. Berikut ini merupakan data yang diperoleh dalam pra survei mengenai harga pada konsumen Kedai Kopi Sisi Situ.

**Tabel 1.11**  
**Hasil Pra Survey Harga pada pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ**

No	Variabel	Pernyataan	Tanggapan					Rata-rata	ket
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Price	Harga produk di Kedai Kopi Sisi Situ terjangkau dibandingkan dengan harga <i>cafe</i> sejenis	0	10	13	5	2	3,0	Kurang Baik
		Harga produk Kedai Kopi Sisi Situ sesuai dengan manfaat yang diterima	0	11	14	4	1	3,1	Kurang Baik

Berdasarkan hasil pra survey pada Tabel 1.11 yang merupakan hasil pra survey harga. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap suatu produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka konsumen tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Harga yang kompetitif akan mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk yang ada di pasaran

lainnya. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan Sukmawati (2018) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan dalam beroperasi. Keuntungan tersebut dapat diperoleh berdasarkan penetapan harga yang ditawarkan. Penetapan harga pada suatu produk perlu diperhatikan, karena konsumen pasti akan membandingkan harga dengan kesesuaian manfaat yang diterimanya. Pada dasarnya penetapan harga memang sangat sulit dan kompleks untuk ditentukan, namun harga merupakan satu-satunya dari bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan.

Harga dan bukti fisik yang diterapkan dianggap kurang maksimal. Pengunjung kurang merasakan fasilitas fisik yang memadai dan kurang menarik perhatian konsumen serta harga yang diterapkan oleh Kedai Kopi Sisi Situ kurang terjangkau dibandingkan dengan pesaing. Dalam hal ini ada ketidaksesuaian antara kebutuhan dan harapan pengunjung terhadap harga dan bukti fisik yang diterapkan perusahaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Popo Suryana dan Intan Muliasari (2018) yang menyatakan bahwa harga dan proses pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian Budhi Satrio (2017), Widya Pranata (2017) dan Indah Purnamasari (2018) menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, demikian juga variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dari itu tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana *physical evidence* (bukti fisik) dan

persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan dampak seperti apa yang akan terjadi terhadap loyalitas pelanggan, untuk membuktikan teori-teori yang telah ada dengan mengangkat judul **“PENGARUH PHYSICAL EVIDENCE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Survey Pada Pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian**

Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian dari permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap variabel *physical evidence*, harga, dan kepuasan pelanggan.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut:

1. PDRB atas dasar harga, Kabupaten Purwakarta mengalami penurunan persentase setiap tahunnya.
2. Jumlah pelaku usaha subsektor kuliner memiliki persentase pertumbuhan terendah dari tiga subsektor yang berkontribusi tinggi pada PDB.
3. Terdapat persaingan usaha *coffee shop* yang selalu meningkat setiap tahunnya.
4. Berdasarkan data *coffee shop* di kabupaten Purwakarta, Kedai Kopi Sisi Situ menduduki rating terendah.
5. Penurunan jumlah kunjungan yang mengakibatkan penjualan *coffee shop* Kedai Kopi Sisi Situ selama tahun 2022 cenderung mengalami penurunan.

6. Bukti fisik Kedai Kopi Sisi Situ tidak menarik perhatian konsumen.
7. Jumlah konsumen yang cenderung mengalami penurunan.
8. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memperoleh nilai rata-rata terendah.
9. Berdasarkan penelitian pendahuluan, *physical evidence* dan harga di Kedai Kopi Sisi Situ kurang baik.

### **1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *physical evidence* pada Kedai Kopi Sisi Situ
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada Kedai Kopi Sisi Situ
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Sisi Situ
4. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai loyalitas pelanggan pada Kedai Kopi Sisi Situ
5. Seberapa besar pengaruh *physical evidence* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ.
6. Seberapa besar pengaruh *physical evidence* dan harga melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ baik secara langsung maupun tidak langsung.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka diperoleh tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Tanggapan konsumen mengenai *physical evidence* pada Kedai Kopi Sisi Situ.
2. Tanggapan konsumen mengenai harga pada Kedai Kopi Sisi Situ.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Sisi Situ.
4. Tanggapan konsumen mengenai loyalitas pelanggan pada Kedai Kopi Sisi Situ.
5. Besarnya pengaruh *physical evidence* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ.
6. Besarnya pengaruh *physical evidence* dan harga melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Kopi Sisi Situ secara langsung maupun tidak langsung.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai kegunaan sebagai literatur maupun sebagai acuan penelitian selanjutnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Adapun kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan manfaat berupa kerangka teoritis tentang kepuasan pelanggan sehingga nantinya dapat digunakan sebagai dasar studi untuk perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.
2. Memberikan sumbangan pemikiran ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran mengenai *physical evidence*, harga dan kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Adapun kegunaan praktis yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya tentang permasalahan yang sedang penulis teliti yaitu pengaruh *physical evidence* dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan.
2. Bagi perusahaan secara praktis penelitian ini memberikan informasi tentang besarnya pengaruh *physical evidence* dan harga terhadap kepuasan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan.
3. Bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan dan referensi bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi yang mengalami masalah yang serupa.