

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya bisnis yang semakin ramai diminati oleh masyarakat sekarang yang dimana banyak sekali seperti usaha cafe yang menarik dan nyaman sehingga membuat para perusahaan lebih memperhatikan tingkat kepuasan bagi konsumen. Karena Kepuasan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena respon konsumen terhadap evaluasi pengalaman yang di peroleh oleh perusahaan.

Faktor yang bisa mempertahankan persaingan perusahaan dalam suatu bisnis adalah tingkat kepuasan bagi Konsumen. Konsumen mempunyai peranan yang begitu penting guna meningkatkan keunggulan untuk bersaing dalam dunia bisnis, sehingga perusahaan pun akan terus maju dan berkembang, walaupun begitu banyak nya cafe baru yang akan bermunculan dan akan selalu memiliki peningkatan pesaing dan apabila ketika terus memberikan kepuasan yang begitu tinggi terhadap pelanggan, sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para pelanggan baik itu dari segi harga ataupun kualitas pelayanan yang ada di perusahaan tersebut. Kepuasan Konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa (Brown dalam Dwiaستuti, dkk 2012).

Menurut para konsumen atau perusahaan untuk mendapatkan harga yang mampu dijangkau dan sesuai dengan keinginan yang diharapkan oleh konsumen, hal ini disebabkan oleh adanya konsumen yang bijak dan teliti dalam menentukan pilihannya sebelum membeli sesuatu yang diinginkannya. Dengan berbagai adanya kelebihan pada tiap-tiap harga serta pelayanan yang diberikan, maka dengan hal ini berdampak kepada bisnis-bisnis baru, salah satunya yaitu perkembangan di dalam bidang bisnis cafe yang dimana sekarang semakin banyaknya pesaing-pesaing yang baru muncul.

Cafe Crown berdiri sejak 2019 di Gunungsitoli, Nias sebagai tempat makan dan minum cepat saji yang memberikan suasana santai dan nyaman bagi kalangan anak muda, pegawai kantor ataupun keluarga yang datang ke cafe tersebut. Cafe Crown juga memberikan layanan pesanan online atau *delivery order* yang memudahkan para pelanggan yang tidak bisa pergi langsung akan tetapi ingin membeli makanan atau minuman yang ada di Cafe Crown.

Setelah peneliti melakukan survey dan wawancara pada pelanggan Cafe Crown Jl.Diponegoro No.368B Sifaelete Gunungsitoli Nias, maka peneliti telah menemukan beberapa masalah yang terjadi yang membuat para konsumen tidak merasa puas atas harga ataupun kualitas pelayanan dari Cafe Crown yaitu dengan melihat perilaku dari konsumen

yang memilih Cafe Crown, yang jika dibandingkan dengan cafe lain seperti Cafe Kopi 37, Mister Cafe, Cafe 57/Janji Jiwa 738 menyebabkan para konsumen memiliki persepsi yang negatif terhadap Cafe Crown sehingga membuat para konsumen berpikir dua kali untuk pergi ke Cafe Crown.

Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Sedangkan menurut Tjiptono (2014:353) mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Menurut park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Menurut danang sunyoto (2015: p.140). Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Di dalam penelitian ini peneliti telah menemukan masalah yang ada di Cafe Crown, yaitu permasalahan di harga dan kualitas pelayanan di Cafe Crown yang dimana harga makanan dan minumannya terbilang cukup mahal bagi kalangan anak muda dan pelayanan yang diberikan juga masih belum begitu baik dimana masih kurangnya keramahan dalam melayani konsumen sehingga menimbulkan kurangnya rasa kepercayaan dan keyakinan dari konsumen untuk kembali lagi ke Cafe crown, sedangkan harga dan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga berdasarkan latar belakang yang ditemukan tersebut maka peneliti pun tertarik untuk meneliti lebih lanjut, dengan memberikan judul penelitian **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFE CROWN GUNUNGSIKOLI”**

1.2 Teori Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga adalah nilai yang ditetapkan untuk suatu produk, barang atau jasa dalam sebuah transaksi dan merupakan suatu bagian penting dari strategi bisnis yang cenderung mempertimbangkan berbagai faktor untuk menentukan harga yang sesuai dengan tujuan mereka. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:197) mengatakan bahwa *“Price is the amount of money customers must pay to obtain the product”*. Definisi itulah menyatakan memang harga menjadi faktor yang sangat penting di suatu perusahaan. Menurut Etzel, et.al (Rusydi Abubakar 2018:39) mengatakan bahwasannya harga ialah banyaknya dana/uang yang dibebankan kepada pelanggan agar dapat memperoleh jasa maupun produk yang di beli yang dimaksudkan agar dapat memenuhi keinginan ataupun kebutuhannya.

1.3 Teori Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka. Ini melibatkan berbagai strategi pemasaran yang dirancang untuk mempromosikan. Menginformasikan atau meyakinkan konsumen tentang nilai dan keunggulan produk yang ditawarkan sehingga mereka lebih cenderung membeli. Menurut A. Hamdani (Danang Sunyoto 2014:154) promosi ialah variable dengan gabungan dari pemasaran yang sangatlah perlu dilakukan instansi ketika menjalankan pemasaran produknya.

1.4 Identifikasi Masalah

Adapun yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Harga yang diberikan Cafe Crown terlalu mahal.
2. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Cafe Crown.

1.5 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe Crown?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe Crown?
3. Apakah harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe Crown?

1.6 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah harga yang ditawarkan mempengaruhi kepuasan pelanggan Cafe Crown.
2. Untuk mengetahui apakah strategi promosi yang digunakan mempengaruhi kepuasan pelanggan Cafe Crown.

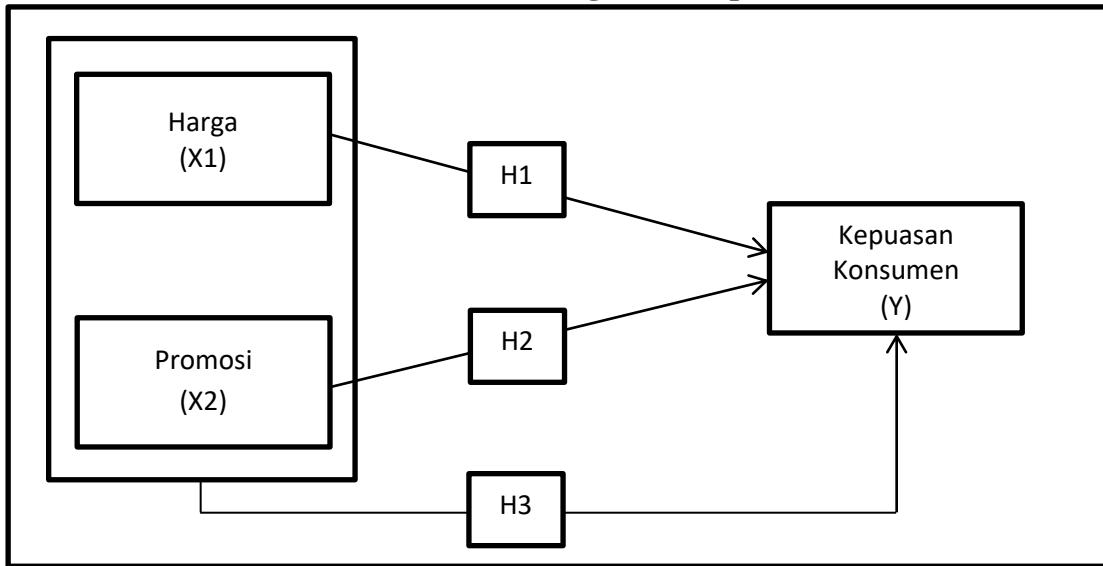
1.7 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat atau yang diharapkan peneliti dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai penambah wawasan ilmu pengetahuan bagi peneliti tentang faktor-faktor pemasaran seperti harga dan promosi dengan kepuasan pelanggan.
2. Sebagai bahan masukan untuk perusahaan dalam meningkatkan layanan serta kepuasan pelanggan.
3. Sebagai tambahan wawasan serta pengetahuan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi, terutama untuk mahasiswa Manajemen Pemasaran.

1.8 Kerangka Konseptual

Gambar Kerangka Konseptual 1.1



1.9 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2006 : 31) yang dimana Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Untuk itu, yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H1 : Harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Crown.
2. H2 : Promosi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Crown.
3. H3 : Harga dan Promosi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Crown.