

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Kopi adalah minuman yang terbuat dari biji kopi yang sudah di sangrai atau diolah sebelum di konsumsi. Orang sering minum kopi untuk meningkatkan energi dan menghindari rasa lelah karena kandungan kafeinnya yang tinggi. Kopi hadir dalam berbagai bentuk atau varian yang berbeda di seluruh dunia, dan kopi juga dapat meningkatkan perekonomian suatu negara dan memberikan banyak peluang bisnis bagi Masyarakat luas. Coffee Shop menjadi tempat berkumpul yang dapat diakses oleh siapa saja dan menjadi salah satu Industri yang menarik minat banyak pengusaha. Oleh karena itu, pemilik perlu mempertimbangkan tarif dari setiap menu yang tersedia dan memberikan pelayanan yang baik agar dapat menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi kopi dan mendorong mereka untuk berkunjung di Coffee Shop RESTU BUNDA KOTA MEDAN

Harga adalah jumlah uang atau nilai yang harus dibayar pelanggan untuk membeli suatu barang atau jasa, serta jumlah uang yang harus dikeluarkan. Harga di Coffee Shop Restu Bunda berbeda-beda tergantung menu yang ditawarkan, dan sebagian pelanggan mungkin menganggap biayanya terlalu mahal sehingga membuat mereka tidak melakukan pembelian. Lalu ada harga yang tidak jelas dan tidak diungkapkan sebelumnya, seperti biaya pajak yang cukup mahal dikalangan beberapa pelanggan.

Pelayanan adalah suatu proses atau tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan individu. Para pelayan di Coffee Shop Restu Bunda memperhatikan kenyamanan dan kesukaan pelanggannya, mereka bahkan menyesuaikan minuman untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Melayani setiap pelanggan secara individu, ditambah memperlakukan mereka dengan baik, dan menawarkan layanan dengan sopan dan ramah. Terkadang kurangnya tentang menu yang ditawarkan oleh pelayan coffee shop , sehingga sulit bagi pelanggan untuk mendapatkan rekomendasi atau informasi yang mereka butuhkan.

Fasilitas merupakan infrastruktur yang dapat memperluas akomodasi kebutuhan yang tersedia. Di Coffee Shop terdapat area khusus untuk pengunjung yang bekerja dan belajar. Namun, ada beberapa masalah terkait jaringan Wi-Fi yang harus diperhatikan oleh pemilik untuk pelanggan. Jika koneksi internet yang ditawarkan lebih stabil, mungkin lebih banyak pelanggan yang tertarik berkunjung. Dengan fasilitas yang tidak bisa di akses dengan baik akan membuat Pelanggan kecewa dan menjadi salah satu penyebab Pelanggan tidak mengunjungi tempat tersebut.

Daya minat minum kopi menunjukkan seberapa besar ketertarikan dan keinginan konsumen untuk mengonsumsi kopi. Tingkat minat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas rasa, pengalaman yang didapat di lokasi, tren gaya hidup, dan strategi pemasaran terutama di kalangan remaja yang menjadikan Coffee Shop Restu Bunda sebagai tempat berkumpul.

Dalam pembahasan yang telah di jelaskan di atas bahwa peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang **berjudul Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Daya Minat Pelanggan Minum Kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Harga berpengaruh terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.
2. Pelayanan berpengaruh terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.
3. Fasilitas berpengaruh terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.
4. Harga, Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan ?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan ?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan ?
4. Bagaimana pengaruh harga, pelayanan dan fasilitas terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan Penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis Pengaruh harga terhadap daya minat Pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.
2. Menganalisis pengaruh pelayanan terhadap daya minat Pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.
3. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap daya minat Pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.
4. Menganalisis pengaruh harga, pelayanan dan fasilitas terhadap daya minat Pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat peneliti

1. Bagi peneliti, sebagai tambahan pengetahuan dan untuk menambah wawasan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi bagi peneliti.
3. Bagi Perusahaan, sebagai dasar menambah daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan.
4. Bagi Universitas Prima Indonesia sebagai tambahan referensi ke perpustakaan.

1.6 Teori Tentang Harga

1.6.1 Pengertian Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi suatu perusahaan, menurut Fandy Tjiptono (2016:218).

1.6.2 Indikator Harga

(Setyo, 2017:758) Pelanggan membayar sejumlah uang tertentu sebagai imbalan atas manfaat-manfaat berikut ketika mereka membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa:

1. Biaya yang wajar
2. Penetapan harga yang wajar

1.7 Teori Tentang Pelayanan

1.7.1 Pengertian Pelayanan

Arianto (2018:83) mendefinisikan mutu jasa sebagai sejauh mana ia mengutamakan pengiriman produk yang cepat guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

1.7.2 Indikator Pelayanan

Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015:108) mengutip pernyataan Fitzsimmons yang menyebutkan bahwa berikut ini merupakan penanda layanan yang berguna:

1. Dapat dipercaya
2. Bukti yang jelas

1.8 Teori Tentang Fasilitas

1.8.1 Pengertian Fasilitas

Tjiptono dan Chandra (2016:184) menyatakan bahwa fasilitas perusahaan merupakan elemen luar dan dalam yang bersatu untuk menciptakan suasana yang membuat konsumen merasa aman dan nyaman.

1.8.2 Indikator Fasilitas

Tjiptono (2015:43) menyatakan bahwa berikut ini merupakan indikator fasilitas yang berguna:

1. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan ketika merencanakan
2. Strategi berbasis lokasi

1.9 Teori Tentang Daya Minat

1.9.1 Pengertian Daya Minat

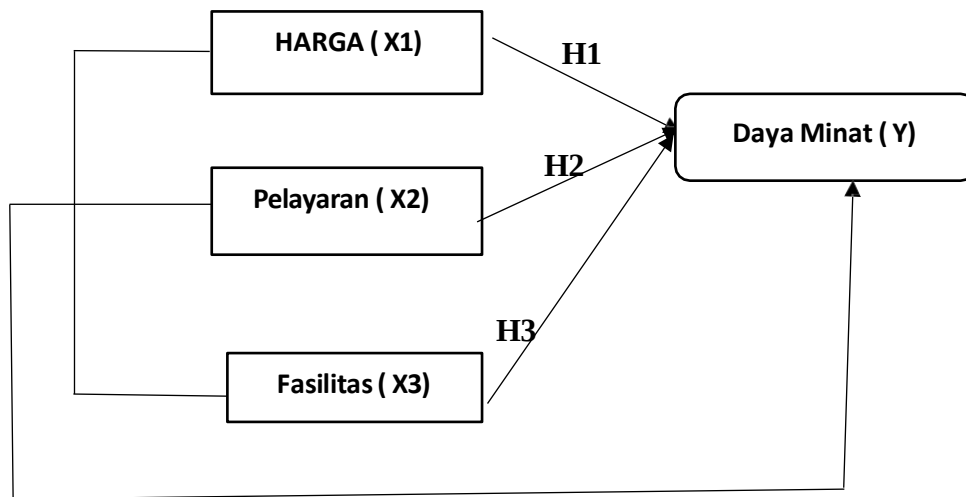
Jika Anda ingin memahami, memperoleh, atau membujuk seseorang tentang sesuatu, maka Anda memiliki minat interpretatif, menurut Rahmat (2018:161).

1.9.2 Indikator Daya Minat

Menurut Slameto (2016:3), “Indikator Daya Minat yang efektif sebagai berikut” :

1. Minat
2. Perasaan gembira

1.9.3 Gambar Kerangka Konseptual



Gambar 1.1

11.1 Hipotesis

H1 : Harga berpengaruh terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan

H2 : Pelayanan berpengaruh terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan

H3 : Fasilitas berpengaruh terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan

H4 : Harga, Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh terhadap daya minat pelanggan minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan