

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Akibat perkembangan jaman di era globalisasi yang terjadi di Indonesia, membuat gaya hidup seseorang untuk mencari sesuatu hiburan menjadi berubah. Waktu mereka habis hanya untuk bekerja dan belajar sehingga waktu untuk mencari hiburan sudah hampir tidak ada. Hadirnya fenomena ini membuat para pengusaha mencium peluang bisnis yang menjanjikan, sehingga munculah banyak cafe yang menawarkan one stop shopping. Pengunjung dapat memperoleh keinginannya sekaligus dalam satu tempat misalnya pengunjung dapat menikmati hiburan yang disediakan di cafe tersebut sambil menikmati hidangan yang disediakan serta sambil mengerjakan tugas ataupun bekerja dengan memanfaatkan fasilitas hotspot atau wifi yang telah disediakan.

Menurut Frans M.Royan, munculnya cafe di berbagai kota besar rupanya tidak hanya menguntungkan si pemilik cafe dan pencari kerja. Hadirnya cafe juga melahirkan fenomena sosial dan budaya baru. Cafe bukan lagi sekedar tempat untuk minum teh, kopi dan menyantap makanan ringan sambil melepas kejenuhan dan melewatkan waktu, melainkan sebagai ajang tempat berkumpul, bersosialisasi, berkencan, bertukar pikiran, berbisnis, memperluas jaringan dll. (Royan, 2004) ini dibuktikan dengan beberapa cafe yang ada di kota Sidoarjo. Cafe-cafe saat ini bersaing untuk menawarkan berbagai macam menu kopi dan makanan serta kualitas produk cafe yang selalu diperbaiki untuk mendapatkan konsumen sebanyak banyaknya agar lebih unggul dari cafe yang lain.

Seiring berjalannya waktu, di Sidoarjo banyak bermunculan cafe-cafe salah satunya Cafe cracking chambers yang terletak di Jl. Monginsidi kav. DPR A1 No.1, Sidoarjo. Cafe cracking chambers menghadirkan konsep indoor dan outdoor sehingga tamu dapat menikmati suatu hidangan makanan atau minuman sesuai selera masing-masing. Untuk desain ruangnya sendiri cafe ini cukup membuat pengunjungnya merasa betah fasilitasnya pun terbilang lengkap. Seperti terdapat mini bar di tengah ruangan, televisi berukuran besar di sudut ruangan, wifi untuk yang ingin mengakses internet secara gratis. Cafe ini terbilang cukup luas walaupun hanya memiliki satu lantai tetapi banyak di sudut sudut yang diisi meja dan kursi sehingga pengunjung bisa memilih untuk duduk diluar atau didalam ruangan.

Menyadari adanya fenomena persaingan semacam ini menuntut seluruh pelaku bisnis cafe yang ada di Sidoarjo untuk terus berupaya menghadapi persaingan yang ada. Dengan membangun kepercayaan dari para konsumennya melalui

peningkatan kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan yang baik, kualitas produk yang terjamin, serta harga yang kompetitif.

Peneliti mengamati bahwa perilaku konsumen terhadap persepsi harga dan kualitas produk dimana konsumen rela berkunjung lebih jauh dari rumah di karenakan produk yang ditawarkan bermacam macam dan lebih kekinian. Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen tersebut. Seiring dengan perkembangan bisnis cafe, banyak perusahaan yang bergerak di bidang ini.

Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di Cafe Cracking Chambers khususnya tentang kepuasan konsumen. Hal itu dibuktikan dengan pra-survey yang dilakukan oleh penulis kepada 20 konsumen Cafe Cracking Chambers tentang kepuasan konsumen. Konsumen mengaku ada beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan mereka seperti, kualitas produk (kualitas biji kopi, cita rasa) yang kurang baik, pelayanan (fasilitas kamar mandi, lahan parkir) yang dimiliki oleh Cafe Cracking Chambers kurang memuaskan, dan kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan.

Tabel 1.1

Pengunjung cafe Cracking Chambers sidoarjo

Bulan	Pengunjung
Agustus	1.235
September	1.500
Oktober	1.350

Perlu keseriusan pemilik untuk mengetahui apa yang menjadi penyebab naik turunnya omset penjualan. Salah mengambil keputusan dapat menyebabkan semakin menurunnya omset penjualan dikarenakan beralihnya konsumen ke cafe lainnya. Dalam persaingan tersebut perlu kiranya pemilik perusahaan menjaga persepsi harga dan kualitas produk yang di jual. Hal ini dikarenakan pada saat ini sebagian konsumen telah berubah pola pikirnya dalam menentukan tujuan.

Konsumen melihat dari terpenuhinya kebutuhan mereka akan suatu cafe. Konsumen melihat apakah suatu cafe dapat memenuhi kebutuhan yang di inginkan atau tidak. Konsumen menilai cafe salah satunya dari harga produknya. Semakin baik produk yang di tawarkan maka akan memberi pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen cafe tersebut. Selain itu, konsumen saat ini juga mulai melakukan penilaian terhadap kualitas produk yang diberikan dalam suatu perusahaan sesudah melakukan proses transaksi di cafe tersebut. Apabila kualitas yang diterima cukup baik dimata konsumen, maka cafe tersebut mendapat pengaruh yang positif.

Untuk mengetahui strategi apa saja yang harus di lakukan oleh pemilik perusahaan dalam menjaga posisi persaingan tersebut, maka penulis bermaksud melakukan sebuah penelitian dengan judul : **"PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE CRACKING CHAMBERS SIDOARJO"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cracking Chambers Sidoarjo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Caracking Chambers Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk membuktikan dan menganalisis apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Cracking Chambers Sidoarjo.
2. Untuk membuktikan dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Cracking Chambers Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan informasi untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap persepsi harga dan kualitas produk yang telah diberikan.

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan khususnya dibidang pemasaran dan sebagai pembanding antara materi matakuliah yang diterima dengan kenyataan yang ada dilapangan.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Untuk memperluas pandangan mengenai pelajaran yang di dapat dari bangku kuliah dan mengembangkan ilmu pengetahuan.