

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman globalisasi saat ini banyak kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Perubahan yang terjadi ditandai dengan adanya kemajuan teknologi, gaya hidup, dan pola pikir masyarakat yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Perubahan yang ada masa kini sedang dihadapi dengan sebuah kondisi persaingan sengit, hanya perusahaan yang berorientasi pada konsumen yang berhasil menarik konsumen.

Akhir akhir ini, banyak muncul kedai kopi baru di Indonesia. Hal ini terjadi karena gaya hidup generasi milenial yang saat ini gemar meminum kopi bersama teman teman. Menurut Syarifudin ketua dari *Speciality Coffe Association of Indonesia* (SCAI) dalam ekonomi.bisnis.com, perilaku minum kopi dikarenakan peminum kopi di Indonesia lebih senang meminum kopi di kedai kopinya langsung dengan melakukan kegiatan lain dibandingkan dengan meminum kopi instan. Hal itu meningkatkan potensi bisnis dalam kuliner meningkat.

Hal yang terpenting dalam perusahaan yaitu memiliki *brand image*. *Brand image* adalah representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masalah terhadap merek itu. Citra terhadap merek berbungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler & Keller

(2013:4) bahwa menciptakan citra merek yang positif membutuhkan program pemasaran yang kuat, menguntungkan dan unik pada ingatan merek.

Selain itu juga, kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk mendapatkan perhatian dari para konsumen guna untuk mempertahankan bisnis yang dimilikinya. Menurut (Kotler 2006:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk yang dipikirkan terhadap hasil nyata yang diharapkan. Selain dari memperhatikan kepuasan konsumen, terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu harga yang ditawarkan pada produk tersebut. Menurut Alma (2009, p. 169) harga merupakan suatu atribut yang terdapat pada suatu barang, yang memungkinkan suatu barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan juga dapat memuaskan konsumen (*satisfaction*) yang dinyatakan dengan uang. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh produsen, maka konsumen akan cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Mendapatkan kepuasan konsumen tidak hanya dengan memperhatikan harga produk saja, tetapi juga dengan memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan oleh produsen terhadap konsumen. Kualitas produk merupakan kecocokan dalam penggunaan produk untuk dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan menurut Nasution (2011, p. 2). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsinya. Dengan demikian maka kualitas produk baik juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk tersebut.

Dari laman ekonomi.bisnis.com pertumbuhan ekonomi kedai kopi hingga akhir tahun 2019 diprediksi mengalami peningkatan sebesar 15% sampai dengan 20%, hal tersebut mengalami kenaikan dari tahun 2018 yang mencapai 8% hingga 10%. Dari data data tersebut, mengindikasikan bahwa banyak kemunculan kemunculan kedai kopi baru di Indonesia. Yang salah satunya adalah kedai kopi “Janji Jiwa”.

Kedai kopi “Janji Jiwa” merupakan salah satu kedai kopi di Indonesia. Kedai kopi ini pertama kali buka pada tahun 2018 di ITC Kuningan, Jakarta Selatan. Menurut pemilik kedai kopi “Janji Jiwa”, Billy Kurniawan dalam Kusumawardhani (2019), sepanjang pertengahan tahun 2019, sudah ada 300 outlet kedai kopi “Janji Jiwa” di 50 kota besar di Indonesia dan termasuk di Kota Semarang.

Dari hasil wawancara ke beberapa responden yang mengetahui dan pernah membeli kopi “Janji Jiwa”, produk minuman yang ditawarkan beragam rasa dan mengikuti tren masa kini, serta selalu memiliki inovasi baru, dan harga yang cukup terjangkau bagi generasi milenial. Mereka mengatakan bahwa kopi “Janji Jiwa” adalah kopi yang cukup terkenal. Dengan tagline “Kopi dari Hati”, yang mengambil dari konsep *fresh to cup* dengan penyajian kopi yang diambil dari petani local Indonesia (Lunarabrand.com, 2018), kopi yang biasa digunakan dalam pembuatan kopi pada kedai kopi “Janji Jiwa” adalah jenis kopi yang berjenis robusta berasal dari Sumatra.

Dengan kesuksesannya dalam melebarkan sayapnya dalam industry kedai kopi, terdapat 5 pesaing kedai kopi susu yang terkenal di Indonesia. Yaitu kedai

kopi “Kopi Soe”, kedai kopi “Janji Jiwa”, kedai kopi “Fore Coffe”, kedai kopi “Kopi Kenangan”, dan kedai kopi “Kulo” menurut Womentalk.com.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah konsumen bisa merasakan kepuasan mengonsumsi produk sesuai harapan.

Berdasar latar belakang masalah diatas, peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga, terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kedai Kopi “Janji Jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen kedai kopi “Janji Jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kedai kopi “Janji Jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen kedai kopi “Janji Jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang?
4. Bagaimana pengaruh *brand image*, *kualitas produk* dan *harga* secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kedai kopi “Janji Jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen kedai kopi “Janji Jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kedai kopi “Janji Jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang.
3. Menganalisis pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen kedai kopi “Janji Jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang.
4. Menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan harga secara bersama sama, terhadap kepuasan konsumen kedai kopi “Janji Jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai evaluasi dan bahan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan upaya peningkatan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan harga yang selama ini diterapkan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan wawasan tentang “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga, terhadap Kepuasan Konsumen kedai kopi “Janji jiwa” cabang Kedungmundu Kota Semarang”.

3. Bagi Peneliti

Peneliti ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat khususnya mahasiswa dalam menyalurkan aspirasi atau ide terkait *brand image*, kualitas produk dan harga guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi terbagi menjadi lima bab yang masing masing bab berisi hal hal sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan dalam penelitian ini. Latar belakang menjelaskan tentang dasar untuk memberikan pemahaman mengenai apa yang ingin penulis sampaikan yaitu nilai *brand image*, kualitas produk, harga, terhadap kepuasan konsumen. Rumusan masalah adalah bagian yang menjelaskan secara terperinci dengan pertanyaan pertanyaan tertentu. Selain itu tujuan dan kegunaan penelitian dapat membantu memecahkan masalah dan mengembangkan ilmu pengetahuan secara teoritis.

Bab II Landasan Teori

Bab ini akan memberikan uraian tentang landasan teori, table indicator dan skala pengukuran, berbagai hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis. Dengan adanya landasan teori penulis memberikan konsep serta proposisi

yang telah disusun rapi serta sistematis tentang variable variabel dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian terdahulu menjelaskan tentang judul yang diteliti oleh peneliti terdahulu, variable, dan hasil penelitiannya. Adanya kerangka pemikiran memberikan penjelasan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Dan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini akan membahas bagaimana metode penelitian dilakukan. Pembahasan bab ini meliputi; variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis. Variable penelitian dan definisi operasional yaitu variable yang akan digunakan dalam penelitian dan mendefinisikan terlebih dahulu agar informasi bagaimana cara mengukur variabel dalam penelitian lebih jelas. Populasi dan sampel yang akan digunakan yaitu sesuai dengan kriteria penelitian yang sedang dilakukan. Selain itu adanya jenis dan sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri dan data sekunder yaitu data yang dikumpulkan peneliti lain atau suatu organisasi. Dalam suatu penelitian terkadang tidak hanya menggunakan satu cara pengumpulan data. Misalnya metode wawancara atau *interview*, kadang kadang perlu dilengkapi dengan observasi atau pengamatan dan metode angket.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini merupakan bab terpenting yang berisi tentang deskripsi objek penelitian yaitu yang akan menjadikan titik perhatian suatu penelitian. Sedangkan

analisis data dan pembahasan adalah cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut dapat dipahami dan bermanfaat, sehingga pada bab ini akan membuktikan hasil dari hipotesis yang dibangun oleh peneliti.

Bab V Penutup

Bab ini menjadi akhir dari seluruh penjelasan dalam uraian tiap bab, pada bab ini berisi kesimpulan dan saran. Dengan kesimpulan penulis menuliskan bagaimana pernyataan singkat, jelas, analisis, pembahasan, dan pengujian hipotesis dalam sebuah penelitian. Selain itu saran dari seorang peneliti yang berkaitan dengan pemecahan masalah yang menjadi objek penelitian ataupun kemungkinan penelitian lanjutan.

