

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Fenomena tren usaha kafe di Kota Bogor menyoroti perkembangan pesat industri kafe dan minuman di kota tersebut dalam beberapa tahun terakhir. Seiring dengan perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen, kafe telah menjadi salah satu tempat favorit bagi masyarakat untuk bersantai, bekerja, atau berkumpul dengan teman dan keluarga. Salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan industri kafe di Kota Bogor adalah perkembangan ekonomi dan pendapatan per kapita yang meningkat. Seiring dengan peningkatan daya beli, masyarakat menjadi lebih mampu untuk menghabiskan waktu di kafe dan menikmati produk-produk kopi dan makanan ringan lainnya.

Selain itu, perubahan gaya hidup yang cenderung lebih urban dan modern juga memainkan peran penting dalam popularitas kafe di Kota Bogor. Masyarakat kota semakin menghargai pengalaman bersosialisasi di tempat yang nyaman dan bersahabat, yang dapat mereka temukan di kafe-kafe yang menyediakan suasana yang menyenangkan dan ramah. Faktor lain yang mempengaruhi tren usaha kafe adalah pengaruh media sosial dan budaya visual. Kafe-kafe di Kota Bogor seringkali menarik perhatian dengan desain interior yang menarik dan presentasi produk yang estetik, yang kemudian dibagikan oleh pelanggan mereka di platform media sosial. Hal ini menciptakan efek domino di mana kafe-kafe yang populer menjadi semakin terkenal dan menarik minat lebih banyak orang untuk berkunjung.

Selain itu, perkembangan teknologi juga memainkan peran dalam pertumbuhan industri kafe di Kota Bogor. Penyediaan WiFi gratis di kafe-kafe dan kemampuan untuk bekerja dari jarak jauh telah menjadikan kafe sebagai tempat kerja alternatif yang diminati oleh pekerja lepas dan pengusaha muda.

Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan pada kafe merupakan sebuah isu yang penting untuk dipahami dalam industri layanan makanan dan minuman. Bauran pemasaran (marketing mix) terdiri dari berbagai elemen seperti produk, harga, distribusi, dan promosi. Di dalam konteks sebuah kafe, bauran pemasaran ini memiliki peran yang signifikan dalam menentukan keberhasilan bisnis dan kepuasan pelanggan.

Produk adalah salah satu elemen kunci dari bauran pemasaran kafe. Kualitas produk seperti kopi, makanan, dan minuman lainnya, bersama dengan variasi menu dan inovasi, akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika produk tidak memenuhi harapan pelanggan dalam hal rasa, kualitas, atau nilai nutrisi, hal ini dapat mengurangi kepuasan pelanggan dan mempengaruhi kesetiaan mereka terhadap kafe tersebut.

Harga juga merupakan faktor penting dalam bauran pemasaran. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat pelanggan merasa tidak puas dengan nilai yang mereka terima, sementara harga yang terlalu rendah mungkin menimbulkan keraguan akan kualitas produk. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat perlu dipertimbangkan agar dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai yang mereka terima.

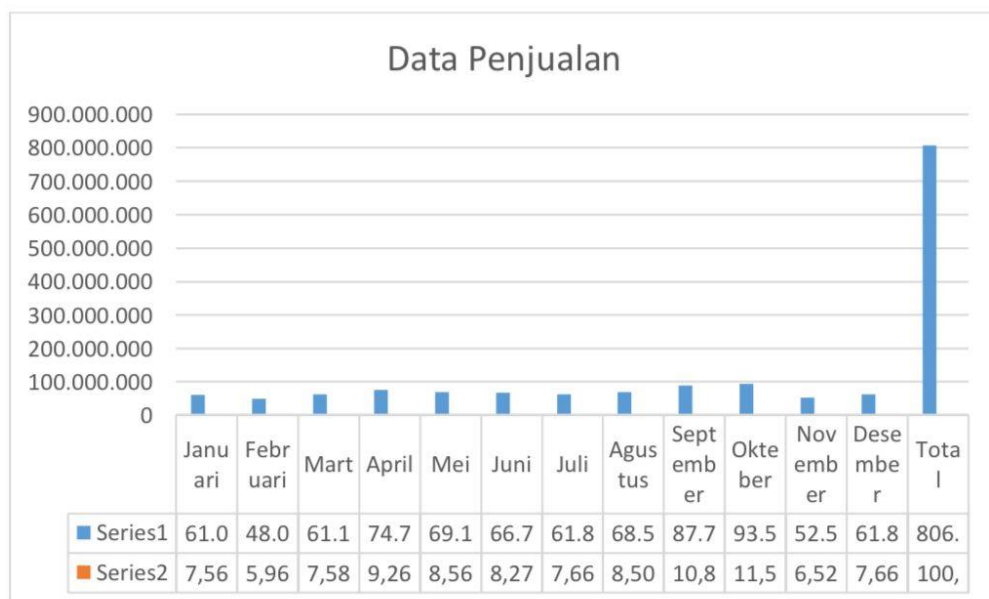
Distribusi atau lokasi kafe juga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Aksesibilitas, kemudahan parkir, dan lingkungan sekitar kafe dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan dan keputusan mereka untuk kembali ke kafe tersebut.

Promosi adalah elemen penting dalam memperkenalkan kafe kepada pelanggan potensial dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Promosi yang efektif dapat menciptakan kesadaran merek, membangun citra positif, dan meningkatkan minat pelanggan untuk mengunjungi kafe. Namun, jika promosi tidak sesuai dengan harapan pelanggan atau tidak mencerminkan pengalaman sebenarnya di kafe, hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan.

Kopi ta-mu bogor berdiri sejak 2022 bulan agustus, untuk landasan yang didasari karena banyak *coffee shop* yang sedang *trend* dan banyak masalah-masalah seperti kurang nya *coffee shop* yang memang nuansa nya yang alami karena kebanyakan *coffee shop* itu bernuansa minimalis atau *modern* dan akhirnya pemilik kopi TA- MU bogor membuat *coffee shop* yang ada di perkotaan.

Tabel 1. 1 Laporan Penjualan (2023)

NO	BULAN	PENJUALAN	%
1	Januari	61,004,000	7.56%
2	Februari	48,093,000	5.96%
3	Mart	61,121,000	7.58%
4	April	74,743,000	9.26%
5	Mei	69,106,000	8.56%
6	Juni	66,729,000	8.27%
7	Juli	61,823,000	7.66%
8	Agustus	68,554,000	8.50%
9	September	87,751,000	10.88%
10	Okteber	93,521,000	11.59%
11	November	52,578,600	6.52%
12	Desember	61,821,000	7.66%
13	Total	806,844,600	100.00%



Gambar 1. 1 Diagram batang laporan penjualan (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2 dapat disimpulkan bahwa penjualan ditahun 2023 dari bulan januari sampai dengan bulan desember tidak stabil , dilihat dari tabel diatas (diagram batang) mengalami kenaikan dan penurunan penjualan.

Melalui penelitian tentang aspek-aspek ini, pemilik cafe dan manajer dapat mengidentifikasi area di mana mereka dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Harga coffe yang lumayan mahal dengan rasa yang kurang nikmat bagi pecintacoffee (harga).

2. Kurangnya kualitas biji coffe yang di olah menjadi variant coffe (produk).
3. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh café TA-MU seperti mempromosikandi berbagai platform social media (promosi).
4. Lokasi yang cukup strategis namun pengunjung tidak terlalu ramai dikunjungi(lokalasi).

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi diatas terdapat batasan masalah yang akan diteliti lebih lanjut. Hal ini dimaksudkan agar peneliti lebih teliti dan terarah pada subjek yang menjadi pokok permasalahan. Maka batasan masalah ini berfokus pada “ Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap KepuasanPelanggan coffe TA-MU Kota Bogor”

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yaitu:

1. Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Coffe TA-MU Kota Bogor?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Coffe TA-MU Kota Bogor?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Coffe TA-MU Kota Bogor?
4. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Coffe TA-MUKota Bogor?
5. Apakah produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Coffe TA-MU Kota Bogor

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diambil, maka tujuan penelitian ini adalahsebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh kepuasan pelanggan CoffeTA-MU Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh kepuasan pelanggan Coffe TA-MU Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh kepuasan pelanggan CoffeTA-MU

Kota Bogor.

4. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh kepuasan pelanggan Coffe TA-MU Kota Bogor.
5. Untuk mengetahui apakah produk, harga, promosi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Coffe TA-MU Kota Bogor

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi pihak TA-MU Coffe
Sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan untuk mengembangkan bisnis coffe TA-MU itu sendiri.
2. Bagi Akademik
Penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensi bagi penelitian yang serupa dan penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi di perpustakaan STIE GICI BUSINESS SCHOOL.
3. Bagi Pembaca
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pemasaran khususnya yang berhubungan dengan produk, harga, promosi, Lokasi dan kepuasan pelanggan.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang meng-gambarkan kedudukan masalah yang akan diteliti, identifikasi masalah yaitu masalah yang muncul sesuai dengan judul penelitian, pembatasan dan masalah dan rumusan masalah yaitu menetapkan masalah yang sesuai dengan judul penelitian serta mendefinisikan masalah tersebut, tujuan penelitian yaitu mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dengan dilaksanakannya penelitian, manfaat penelitian yaitu menjelaskan manfaat teoritis dan praktis temuan peneliti, sistematika penulisan yaitu menjelaskan isi bab per bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa

literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.