BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di era abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan apalagi pada jaman ini terjadi perubahan gaya hidup yang signifikan dengan pelakunya yaitu para remaja milenial bahkan hampir semua kalangan yang senang menghabiskan waktu di *Coffe Shop* yang kini menjadi opsi pilihan masyarakat dalam melakukan kegiatan berkumpul. *Coffee shop* juga bisa digunakan sebagai tempat untuk bertemu dengan klien oleh pebisnis sehingga *coffee shop* diminati oleh semua kalangan. Seperti Kedai Sirjio Barber Coffe yang menjadi salah satu brand kopi lokal yang berada di cabang kota kuningan menjadi salah satu tempat favorit untuk berkumpul bercengkrama bersama teman maupun keluarga , akan tetapi kedai Sirjio Barber Coffe belum terlalu dikenal oleh masyarakat kuningan khususnya kalangan remaja, karena Sirjio Barber Coffe merupakan kedai kopi lokal yang hanya diminati oleh pecinta kopi saja dibeberapa kalangan.

Fenomena yang tengah terjadi di Kedai Sirjio Coffee mencerminkan sebuah tantangan yang signifikan, yakni peningkatan yang tidak signifikan dan penjualan yang selalu menurun setiap tahun. Dampak dari kurang memuaskan ini membebani perusahaan karena pemasukan yang dihasilkan dari konsumen belum mencapai tingkat yang diinginkan. Salah satu akar permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai penyebab utama dari peningkatan yang tidak signifikan ini adalah keterbatasan dalam membangun loyalitas pelanggan. Namun terlihat bahwa Kedai Sirjio Coffee menghadapi kendala dalam mempertahankan dan memperluas basis pelanggan yang setia. Karena terdapat kekurangan dalam strategi retensi pelanggan, seperti kurangnya program loyalitas, insentif, atau upaya lainnya untuk meningkatkan keterikatan pelanggan terhadap merek. Oleh karena itu, Kedai Sirjio Coffee perlu merinci dan memperkuat upaya-upaya retensi pelanggan yang lebih efektif guna membangun ikatan yang kuat dengan konsumen, membuat mereka kembali secara berkala, dan memberikan kontribusi positif terhadap penjualan keseluruhan. Selain itu, penelitian diperlukan untuk memahami aspek-aspek

tertentu yang menurunkan tingkat loyalitas pelanggan, seperti kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, atau kesesuaian produk dengan ekspektasi. Analisis ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan membantu Kedai Sirjio Coffee mengidentifikasi area yang perlu perbaikan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Salah satu cara untuk menambah keuntungan adalah dengan melakukan perubahan yang mampu mempengaruhi calon pembeli agar timbul loyalitas yang tinggi. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, sebab apabila perusahaan memiliki pelanggan yang loyal maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan tersebut tidak sekedar hanya menentukan keputusan pembelian ulang, tetapi pelanggan tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain sesuai dengan pengalaman yang ia rasakan. Loyalitas dapat dibangun oleh seorang penjual dengan berbagai cara memberikan harga yang kompetitif. Dalam usaha kuliner khususnya makanan, cita rasa menjadi faktor yang dapat memicu pelanggan tetap loyal dimana cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu.

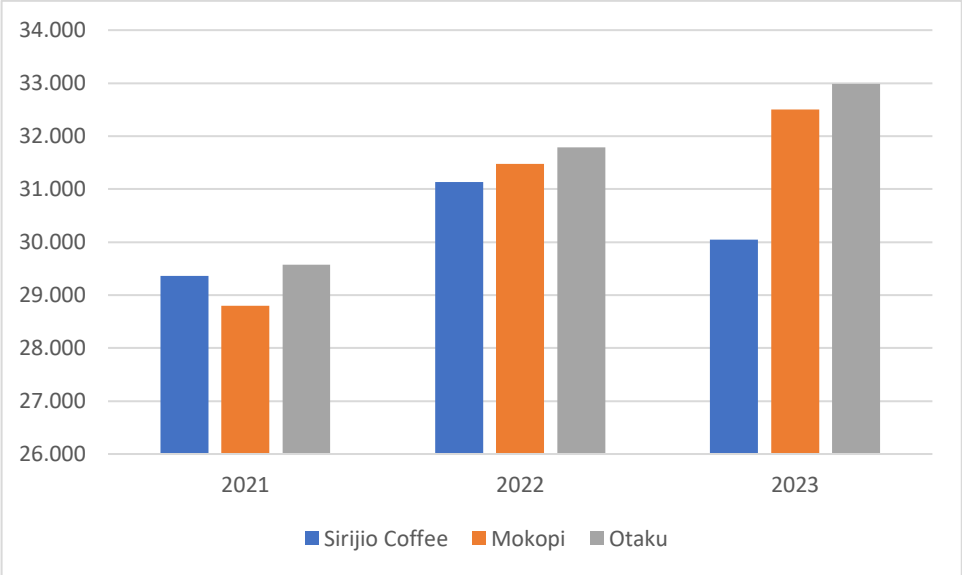
Berdasarkan karakteristik berikut, berdasarkan observasi penulis Cita rasa kopi dari Sirjio Coffee mungkin belum cukup beragam untuk menarik seluruh kalangan pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan Kedai Sirjio Coffee hanya berhasil menarik pelanggan yang sudah menjadi pencinta kopi, sementara kelompok pelanggan potensial lainnya tidak terakomodasi dengan baik. Oleh karena itu, diversifikasi cita rasa kopi menjadi suatu langkah strategis untuk menjangkau lebih banyak segmen pasar dan meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen dari berbagai latar belakang dan preferensi rasa. Selanjutnya yang jadi permasalahan pada Sirjio Coffee yaitu persepsi Harga, hal ini dikarenakan harga makanan dan minuman kurang bersaing. Persepsi harga juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan karena Persepsi harga dapat secara langsung berdampak pada jumlah volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan, Harga menjadi sangatlah penting di dunia bisnis, karena harga menjadi alat tukar dalam melakukan sebuah transaksi serta merupakan salah satu faktor persaingan yang digunakan untuk

menjual produknya. Tingginya harga dapat menjadi hambatan bagi kalangan konsumen yang memiliki keterbatasan anggaran, sehingga mereka mungkin cenderung memilih alternatif yang lebih terjangkau. Menyesuaikan kebijakan harga dengan mengakomodasi berbagai kelompok konsumen, termasuk remaja, dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan dan mencapai target pendapatan yang diinginkan. Jika semua terpenuhi dan sesuai dengan keinginan maka pelanggan akan merasa puas. secara umum kepuasan adalah rasa kekecewaan atau kegembiraan yang diperoleh dengan membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, mencegah pergantian pelanggan, dan sensitivitas harga pelanggan Kesalahan pemasaran dapat mengurangi biaya operasional, hal ini disebabkan oleh peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan efektivitas periklanan, dan peningkatan reputasi perusahaan. Selain itu, harga yang dianggap cukup tinggi juga dapat menjadi faktor yang membatasi daya tarik Kedai Sirjio Coffee, khususnya di kalangan remaja.

Berikut merupakan data penjualan Tiga Kedai Coffe di Kabupaten Kuningan :

Tabel 1. 1
Data Penjualan 3 Kedai Coffe di Kabupaten Kuningan

Nama Brand	**Jumlah Item Terjual**		
	2021	**2022**	**2023**
Sirijio Coffee	29.360	31.134	30.048
Mokopi	28.796	31.478	32.498
Otaku	29.569	31.786	32.984



Gambar 1. 1
Data Item Terjual 3 Kedai Coffe

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui data penjualan dari 3 *coffeshop* di Kabupaten Kuningan yaitu Sijio Barber Coffee, Mokopi, dan Otaku. Ketiga kedai kopi ini mempunyai kesamaan diantaranya berdiri pada tahun yang sama yaitu 2018, mempunyai kesamaan pada Menu yaitu ada Espresso Based, Non Coffee, Signature, Manual , dan Snack. Berdasarkan data diatas terlihat bahwa jumlah item yang terjual tidak selalu mengalami peningkatan, terlihat bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan. Jika dilihat dari data diatas , jumlah item yang terjual pada Sirjio Coffee cenderung lebih sedikit serta mengalami penurunan pada tahun 2023 dibandingkan dengan coffeshop lainnya. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memberikan apa yang sebenarnya diharapkan oleh pelanggannya. Bila memungkinkan, apa yang diberikan harus melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggannya. Produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen harus dapat memuaskan mereka dan dengan harga yang kompetitif. Pentingnya loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen telah terbukti berpengaruh positif secara signifikan dari beberapa peneliti terdahulu, akan tetapi terdapat pula *research gap* diantara peneliti-penelitian tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian Samsudin et al (2021) menunjukan bahwa cita rasa berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan, Menurut Zulfa et al (2022), Cita rasa berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen. Lalu, Menurut umiyati & Rizqi Nugroho (2021) dimana keberagaman produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu, Nazihah Ayu Anggraini (2020) cita rasa berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan, Menurut Kusdianto &. Firanti (2023) cita rasa berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian pada Pramesti & Chasanah (2021) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yang berarti bahwa semakin tinggi harga suatu produk tidak akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsume. Sedangkan, menurut Amilia (2017) persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai yang tinggi, rendah dan adil. Lalu, menurut Hermawan et al. (2017) yang menyatakan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu, menurut Mariana Puspa Dewi (2020) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan, menurut Marida Yulia Ronasih (2021) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini, saya menggunakan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi karena kepuasan pelanggan berperan sebagai jembatan antara cita rasa dan persepsi harga yang dirasakan, jika pelanggan merasa puas dengan produk baik karena cita rasa yang baik maupun karena persepsi harga yang sesuai. Berdasarkan hasil penelitian Siti Mutmainah (2019) menunjukan bahwa Cita rasa berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Cita rasa juga berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan menurut Wahyu & Prawoto (2023) yang menyatakan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan secara positif tapi tidak signifikan. Sedangkan Menurut arif rachman et al (2022) menyimpulkan persepsi harga berdampak kepada loyalitas pelanggan. Dan persepsi harga tidak berdampak kepada loyalitas pelanggan yang dibantu oleh kepuasan pelanggan yang dikemukakanpenelitian sebelumnya oleh (Budiastari, 2017).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **" Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Sirjio Barber Coffe Kuningan)"**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar masalah yang dikemukakan diatas, dalam penelitian ini penulis membatasi lingkup permasalahan yang akan diteliti yaitu :

1. Bagaimana Pengaruh Cita Rasa terhadap kepuasan pelanggan pada Sirjio Barber Coffee?
2. Bagaimana Pengaruh Presepsi Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Sirjio Barber Coffee?
3. Bagaimana Pengaruh Cita Rasa terhadap loyalitas pelanggan pada Sirjio Barber Coffee?
4. Bagaimana Pengaruh Presepsi Harga terhadap loyalitas konsumen pelanggan pada Sirjio Barber Coffee?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Sirjio Barber Coffee?
6. Kepuasan Pelanggan dapat memediasi pengaruh Cita Rasa terhadap loyalitas pelanggan pada Sirjio Barber Coffee?
7. Kepuasan Pelanggan dapat memediasi pengaruh Presepsi Harga terhadap loyalitas pelanggan pada Sirjio Barber Coffee ?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Pengaruh Cita Rasa terhadap kepuasan pelanggan pada Sirjio Barber Coffee.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Pengaruh Persepsi Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Sirjio Barber Coffee.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Pengaruh Cita Rasa terhadap loyalitas pelanggan pada Sirjio Barber Coffee.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Pengaruh Persepsi Harga terhadap loyalitas pelanggan pada Sirjio Barber Coffee.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Sirjio Barber Coffee.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh Cita Rasa terhadap loyalitas pelanggan pada Sirjio Barber Coffee.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh Persepsi Harga terhadap loyalitas pelanggan pada Sirjio Barber Coffee.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
    a. Hasil penelitian ini tentang cita rasa dapat melibatkan uji coba berbagai jenis kopi dan produk lainnya untuk mengidentifikasi preferensi cita rasa konsumen.
    b. Hasil Penelitian tentang persepsi harga pada coffee shop bermanfaat untuk memahami bagaimana konsumen menilai nilai dan manfaat produk atau jasa di coffee shop, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.
    c. Hasil penelitian ini dapat mengidentifikasi memenuhi ekspektasi pelanggan maka mereka akan lebih menjadi loyal terhadap produk.
    d. Hasil penelitian ini ketika sesuai dengan kualitas dan manfaat produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan penjualan.
2. Manfaat praktis
    a. Penelitian dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan dan konsisten agar cita rasa tidak berubah.
    b. Penelitian dapat memberikan masukan kepada pemilik bisnis untuk memahami bagaimana konsumen memandang harga dan bagaimana harga tersebut mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

c. Penelitian ini diharapkan mejadi pedoman bagi coffee shop untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga dapat mengimplementasikan strategi yang lebih efektif.
d. Penelitian diharapkan menjadi masukan berharga bagi pengembangan coffee shop. Dengan data dan analisis yang dihasilkan, coffee shop dapat mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.