

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Didalam dunia usaha ataupun UMKM saat ini telah menjadi pusat perhatian dan diminati oleh para pelaku usaha karena memiliki prospek yang menjanjikan. Perusahaan UMKM harus memiliki kreatif dan inovatif dalam menyediakan layanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana yang dilakukan oleh individu, organisasi, atau lembaga yang ditujukan untuk memuaskan permintaan pasar dengan menghasilkan barang yang layak dijual, menetapkan harga, serta saling mengomunikasikan, menawarkan, dan merundingkan barang yang mempunyai nilai ekonomi bagi pelanggan (Dewi et al., 2023). Hal ini menjadi perhatian yang sangat penting dalam dunia usaha sehingga keberlangsungan usaha berjangka Panjang dan mengedepankan kualitas pelayanan yang diberikan oleh si pemilik usaha kepada pelanggan ataupun konsumen.

Dengan demikian pemasaran merupakan bagian penting dari kegiatan bisnis yang sedang berlangsung. Berlangsungnya hidup dan bertumbuhnya suatu usaha tidak tergantung pada keberhasilan manajemen pemasaran. Tanpa pemasaran yang berkualitas, suatu bisnis tidak dapat bersaing dengan para pesaingnya. Tujuan setiap usaha adalah mencapai produktivitas yang tinggi. Produktivitas yang tinggi akan tercapai bila pemasaran dalam usaha tersebut

memiliki pelayanan yang baik. Selain itu cita rasa dan harga pada suatu usaha sangat mempengaruhi pelanggan dalam bentuk minuman ataupun makanan bagi pelayanan usaha.

Menurut Wibowati, (2021), Pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pihak lain. Bagi perusahaan, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan menjadi hal yang sangat penting, karena tanpa pelayanan yang optimal, pelanggan mungkin tidak tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Berikut pengertian pelayanan menurut beberapa ahli:

Menurut Kotler dalam artikel Wibowati, (2021), Pelayanan merupakan segala bentuk tindakan atau aktivitas yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, yang bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun.

Menurut Tjiptono dalam artikel Wibowati, (2021), Pelayanan merupakan proses penyediaan produk atau jasa yang sesuai dengan standar yang berlaku di tempat produk tersebut ditawarkan, serta penyampaiannya setidaknya memenuhi harapan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan pengertian pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu aktivitas yang diberikan kepada orang lain dengan tujuan memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

Sedangkan Kualitas pelayanan adalah hubungan netral antara strategi pemilik bisnis dan kepekaan antara karyawan dan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan juga dipengaruhi oleh faktor situasional dan kondisional. Secara umum,

kualitas pelayanan merupakan nilai suatu proses berupa pelayanan atau bantuan yang diberikan oleh individu atau karyawan kepada individu atau organisasi lain, yang terjadi dan dilakukan secara terus-menerus hingga mencapai suatu hasil akhir berupa kepuasan. Menurut (Kurniawan, 2021), kualitas pelayanan menunjukkan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan konsumen. Jika kualitas layanan Anda memenuhi harapan pelanggan, mereka akan puas dan cenderung kembali. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan suatu perusahaan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Dijelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau badan usaha memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Selain pelayan, pelanggan juga sering memperhatikan masalah harga.

Kualitas pelayanan yang dilaksanakan tentunya harus sejalan serta mendukung Visi Misi Halona Coffee Rantauprapat dan bersinergi dengan pencapaian sasaran pelayanan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan, melalui program utama promosi *grand opening* yang didukung oleh program lainnya, yang akan berujung kepada kepuasan pelanggan yang merupakan salah satu pilar dunia usaha kuliner. Kepuasan pelanggan dapat terwujud melalui keterlibatan seluruh pelanggan termasuk pemilik usaha kuliner

Harga yang tepat sangat penting untuk menarik pelanggan, memastikan profitabilitas, dan tetap kompetitif di pasar. Penetapan harga di dunia usaha UMKM adalah tentang menyeimbangkan biaya operasional dengan daya beli konsumen. Jika harga Anda terlalu tinggi, konsumen mungkin beralih ke pesaing

yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih rendah.. Menurut (Permata et al., 2024), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk atau jasa dalam kaitannya dengan apa yang dipertukarkan sehingga konsumen dapat merasakan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut. Ini menjelaskan mengapa harga di Halona Coffee Rantauprapat merupakan salah satu elemen penghasil pendapatan dalam bauran pemasaran. Bukan hanya masalah harga dalam bauran pemasaran yang harus dikuasai oleh setiap pengusaha, melainkan juga terkait dengan lokasi atau tempat.

Tempat yang strategis dapat meningkatkan visibilitas menarik lebih banyak pelanggan dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis. Namun, banyak usaha kuliner terutama yang baru berdiri menghadapi tantangan signifikan terkait tempat usaha yang optimal. Salah satu masalah utama dalam pemilihan tempat usaha adalah keterbatasan Lokasi strategis yang tersedia. Selain itu, Lokasi yang kurang ideal dapat mengurangi jumlah pelanggan yang datang. Faktor seperti aksesibilitas, tempat parkir yang memadai, dan kenyamanan lingkungan sekitar memainkan peran penting dalam menarik pelanggan. Menurut (Barus et al., 2020), Lokasi memengaruhi kepuasan pelanggan. Lokasi yang baik memudahkan pelanggan menganalisis kebutuhan dan produk mereka. Lokasi yang baik akan memberikan akses cepat dan menarik lebih banyak konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa café Halona Coffee Rantauprapat memiliki tempat strategis ataupun bagus yang dimana tempat halona memiliki tempat yang terbuka dan ada juga tempat tertutup bagi pelanggan yang tidak merokok dan juga Halona coffee Rantauprapat menyediakan panggung untuk life music yang dimana untuk

menarik perhatian pelanggan untuk berkunjung ke Halona Coffee Rantauprapat. Hal lain yang membuat pelanggan datang bukan hanya sekali tetapi bisa saja menjadi pelanggan di setiap tempat, misalnya terkait dengan cita rasa makanan atau minumannya.

Menurut (Maimunah, 2020), cita rasa merupakan suatu atribut yang terdiri dari kenampakan, rasa, bau, tekstur, dan suhu, yang dapat membentuk interaksi kelima indera manusia. Cita rasa di coffee Halona Coffee Rantauprapat menjadi salah satu faktor utama yang menarik minat pelanggan. Dengan racikan biji kopi berkualitas dan proses penyeduhan yang terjaga, setiap sajian menghadirkan aroma khas serta rasa yang seimbang antara keasaman, kekentalan, dan tingkat kepahitan. Selain itu, berbagai varian minuman kopi dan non-kopi di Halona Coffee dirancang untuk memenuhi selera beragam pelanggan, mulai dari yang menyukai cita rasa klasik hingga varian kekinian yang lebih inovatif. Tidak hanya menyajikan minuman berkualitas, Halona Coffee Rantauprapat juga menawarkan berbagai pilihan makanan yang melengkapi pengalaman bersantap para pelanggan. Menu makanan yang tersedia mencakup camilan ringan hingga hidangan utama yang cocok dinikmati bersama kopi. Dengan bahan baku pilihan dan penyajian yang menarik, setiap hidangan di Halona Coffee diolah dengan cita rasa yang khas, sehingga menciptakan keseimbangan antara minuman dan makanan yang disajikan. Kombinasi ini menjadikan Halona Coffee tidak hanya sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga sebagai destinasi kuliner yang memanjakan lidah para pengunjung. Jika masalah pelayanan, harga, lokasi yang

tepat dan cita rasa sudah komplit tentunya akan membuat pelanggan menjadi puas.

Menurut Kotler et al dalam Artikel Maulidiah et al., (2023) Kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahagia atau kecewa yang timbul setelah seseorang membandingkan hasil kinerja suatu produk dengan harapan yang dimilikinya. Konsumen Halona coffee akan merasa puas apabila perusahaan mampu memenuhi keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan. Terkait dengan kepuasan pelanggan, di caffe halona coffee terlihat dari setiap bulannya semakin meningkat. Hal ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1

Bulan	Tahun	Jumlah Pelanggan
Desember	2024	4.100
Januari	2025	5.500
Februari	2025	4.700
Rata-rata Jumlah Pengunjung		4.500

Jumlah kunjungan pelanggan periode Desember 2024 hingga Februari 2025

Sumber: Halona Coffe Rantauprapat, 2024/2025

Berdasarkan tabel diatas, peneliti membuat kesimpulan bahwa jumlah pelanggan setiap bulannya sebanyak 4.500 pelanggan.

Setelah penulis melakukan observasi pada Halona Coffee Rantauprapat yang memiliki peranan untuk menyediakan kebutuhan pelanggan, ada beberapa fenomena yang terlihat dan penting yaitu peningkatan kualitas pelayanan, harga, tempat dan citra rasa terhadap berbagai menu makanan dan minuman yang disajikan.

Berdasarkan uraian dari permasalahan yang telah dikemukakan, maka judul penelitian ini mengenai, **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, TEMPAT DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HALONA COFFEE RANTAU PRAPAT”**.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini mengacu pada permasalahan yang berkaitan dengan “kualitas Pelayanan, Harga, Tempat, Cita Rasa dan Kepuasan Pelanggan”. Untuk mencegah meluasnya permasalahan dalam penelitian ini, maka perlu dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan terhadap Halona Coffee dan pelanggan pada Halona Coffee Rantauprapat.
2. Variabel yang diteliti yaitu variabel independent (X) : Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Tempat (X3), dan Cita Rasa (X4).
Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat?
2. bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Halona coffee Rantauprapat?
3. Bagaimana pengaruh tempat terhadap kepuasan pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat?
4. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap Harga dan kepuasan pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, tempat, dan citra rasa secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.
3. Untuk mengetahui pengaruh tempat atau lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.
4. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.
5. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Tempat, dan Cita Rasa secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Halona Coffee Rantauprapat.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk:

1. Bagi Penulis/Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan penulis khususnya yang berkaitan dengan “Kualitas Pelayanan, Harga, Tempat, dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Halona Coffee Rantauprapat”.

2. Bagi FEB ULB

Disediakan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan Universitas Labuhan Batu untuk memudahkan mahasiswa dalam melakukan perbandingan ketika melakukan penelitian.

3. Bagi Halona Coffee Rantauprapat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan masukan dalam memecahkan masalah sehingga dapat ditetapkan program-program selanjutnya bagi pelayanan mengetahui seberapa besar pengaruh “Pelayanan, Harga, Tempat, Dan Cita rasa secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Halona Coffee Rantauprapat”.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi dan wacana yang dapat dibandingkan kemudian hari ketika melakukan penelitian lebih lanjut.