

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Pentingnya kepuasan pelanggan adalah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), dan timbulnya kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang wajar atas jasa yang diterimanya. Seperti halnya perusahaan-perusahaan yang sejenis saling menggali dan saling

mengembangkan hasil produk dari jasanya dengan harapan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka untuk menghadapi masalah ini tidak ada jalan lain, selain meningkatkan usaha di bidang pemasaran. Salah satu tindakan dalam pemasaran guna untuk mendapatkan kepuasan pelanggan adalah meningkatkan kualitas pelayanan.

Kopi merupakan produk perkebunan yang dominan selain karet dan kelapa sawit di Indonesia. Kopi Indonesia dinyatakan mampu bersaing di pasar internasional. Salah satu alasannya adalah studi oleh Nalurita et al. (2014) yang menemukan bahwa kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif, didukung oleh sumber daya alam, modal, tenaga kerja, iptek, industri terkait dan pendukung, peran dan peluang pemerintah.

Trenomina Coffe Shop Sebani adalah warung minuman dan makanan yang beralamat di Kelurahan Sebani Kecamatan Gadingrejo Kota Pasuruan yang sekaligus menjadi tempat nongkrong anak – anak milenial dan sekaligus menjual berbagai makanan dan minuman diantaranya es teh dan gedang goreng. Di Trenomina Coffe Shop Kepuasan Pelanggan ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Lokasi.

Kualitas Pelayanan adalah suatu keadaan bergerak maju yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah bisa melebihi kualitas pelayanan yang dibutuhkan. Fandy Tjiptono (2005)

Di Trenomina Coffe Shop ini banyak produk – produk yang diminati oleh para pelanggan karena memiliki daftar menu makanan dan minuman yang

bermacam - macam, dengan kualitas produk yang baik konsumen di kafe ini akan puas melakukan pembelian, konsumen akan kecewa bilamana kualitas pelayanan di kafe ini buruk. Konsumen akan tidak tertarik bilamana kualitas pelayanan di kafe ini tidak sesuai yang diharapkan sehingga konsumen akan beralih ke kafe – kafe yang lain.

Tidak hanya kualitas pelayanan, strategi pemasaran juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian di Trenomina Coffe Shop.

Strategi Pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Kotler dan Amstrong (2008:45)

Strategi pemasaran dapat digunakan untuk menganalisa kelebihan dan kekurangan peluang dan solusi dari setiap permasalahan untuk tetap bersaing dan bertahan di bisnis kafe, selain itu strategi pemasaran juga digunakan untuk memperoleh keuntungan dalam bisnis dengan memperhatikan hubungan usaha dengan konsumennya. Jadi semua pelaku usaha harus memiliki strategi pemasaran yang baik guna bertahan dalam sebuah bisnis. Tidak hanya Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran, Lokasi juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian di Trenomina Coffe Shop.

Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha di masa yang akan datang. Alma (2003)

Seperti yang dijelaskan oleh Tjiptono (2002): Pertimbangan diluar kenyamanan (akses) Dapat diakses melalui transportasi umum (visibilitas) bagus Keberadaan lokasi terlihat jelas, lokasi padat (lalu lintas) atau ditempat yang banyak dilalui orang Menawarkan peluang pembelian impulsif dan didukung oleh lingkungan sekitar Produk dan layanan yang ditawarkan mungkin berlokasi jauh dari pesaing kita.

Dalam pemilihan lokasi merupakan faktor pesaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan (Kotler : 1997). mempertimbangkan faktor lingkungan, masyarakat, kedekatan dengan pasar atau konsumen, kedekatan dengan tenaga kerja, kedekatan dengan supplier, dan kedekatan dengan fasilitas transportasi umum.

Maka pemilihan lokasi sangat penting untuk diperhatikan karena akan mempengaruhi masa depan perkembangan usaha itu sendiri, khususnya disini usaha kafe Trenomina Coffe Shop.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk penelitian tentang

“ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Trenomina Coffe Shop Sebani Kota Pasuruan

”

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka urusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Trenomina Coffe Shop Kota Pasuruan ?
2. Apakah ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Trenomina Coffe Shop Sebani Kota Pasuruan ?
3. Apakah ada pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan di Trenomina Coffe Shop Sebani Kota Pasuruan ?
4. Apakah ada pengaruh antara Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Trenomina Coffe Shop Sebani Kota Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Trenomina Coffe Shop Kota Pasuruan.
2. Mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Trenomina Coffe Shop Sebani Kota Pasuruan.
3. Mengetahui pengaruh antara Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan di Trenomina Coffe Shop Sebani Kota Pasuruan.

4. Mengetahui pengaruh antara Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Trenomina Coffe Shop Sebanik Kota Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan kontribusi bagi pihak – pihak yang terkait, antara lain :

1. Bagi Peneliti

Memberikan pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan bisnis serta pola pikir dalam menganalisis hubungan Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau acuan yang dapat dijadikan bahan perbandingan dalam melaksanakan penelitian dimasa yang akan datang.

3. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengusaha bahwa kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang akan menjadi penentu kelangsungan hidup usaha tersebut.

4. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi di perpustakaan Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan dan

juga dapat dijadikan bahan referensi atau acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

