

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Aspek fundamental yang menentukan eksistensi dan keberhasilan suatu badan usaha adalah kepuasan pelanggan. Munculnya perilaku pembelian kembali (*repurchase behavior*) umumnya berakar dari tingginya derajat kepuasan yang dirasakan pembeli. Selain itu, advokasi konsumen berupa dorongan merekomendasikan produk atau jasa kepada relasi kerap lahir dari persepsi positif ini. Di sisi lain, munculnya ketidakpuasan dapat memicu pengalihan preferensi konsumen ke entitas pesaing yang dianggap menyediakan pemenuhan kebutuhan secara lebih memuaskan. Oleh sebab itu, pengidentifikasian elemen-elemen penentu kepuasan pelanggan merupakan hal yang tidak boleh diabaikan oleh perusahaan.

Merujuk pada pandangan Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (Winarso, 2022), konsep kepuasan konsumen merepresentasikan respons afektif berupa impresi senang atau kecewa yang timbul setelah memperbandingkan performa aktual barang/jasa dengan standar harapan yang ditetapkan sebelumnya. Dalam pemikiran senada, Tjiptono (Mulyadi, 2022) menegaskan bahwa kriteria kepuasan diukur dari sejauh mana hasil komparasi antara persepsi riil terhadap kinerja produk/jasa memenuhi ekspektasi awal pembeli. Penilaian positif terhadap suatu penawaran baru akan terbentuk saat produk atau jasa tersebut sukses menjawab ekspektasi publik.

Dinamika ini tampak jelas pada pesatnya laju pertumbuhan sektor kuliner domestik dalam kurun waktu terakhir, khususnya pada segmen kedai kopi (*coffee shop*) dan kafe. Transformasi gaya hidup urban telah menggeser fungsi kafe, di mana tempat ini kini difungsikan pula sebagai hub kegiatan sosial, ruang kerja fleksibel, hingga sarana diskusi. Implikasinya, kepadatan bisnis kafe tak terhindarkan dan tingkat persaingan antar-pelaku usaha kian sengit. Kondisi ini memaksa para pemilik kafe berfokus penuh pada penetapan kepuasan pelanggan sebagai tolok ukur utama demi menjaga keberlanjutan usahanya.

Kota yang mengalami perkembangan bisnis cafe cukup pesat adalah Kota Bandung. Sebagai kota pendidikan dan wisata, Bandung memiliki jumlah mahasiswa dan wisatawan yang tinggi sehingga menciptakan peluang besar bagi pertumbuhan usaha cafe. Banyaknya cafe yang bermunculan menyebabkan konsumen memiliki beragam pilihan dalam menentukan tempat yang sama dengan kebutuhan dan minat mereka. Kondisi tersebut menuntut setiap cafe untuk mampu menawarkan keunggulan kompetitif baik dari sisi produk, harga, maupun kualitas pelayanan.

Salah satu cafe yang berkembang di wilayah Bandung adalah Cafe Relatif Cibiru. Cafe Relatif berdiri sejak Juli 2023 dan berlokasi di kawasan yang berdekatan dengan lingkungan kampus sehingga menjadi salah satu destinasi yang sangat populer dikalangan mahasiswa, pekerja, maupun masyarakat umum. Selain menawarkan konsep tempat yang nyaman dan

estetik, Cafe Relatif juga menyediakan berbagai pilihan menu makanan dan minuman dengan harga yang relatif terjangkau serta didukung fasilitas seperti Wi-Fi, ruang diskusi, colokan listrik yang memadai, dan operasional selama 24 jam. Kondisi tersebut menjadikan Cafe Relatif sebagai salah satu cafe yang cukup dikenal di kawasan Cibiru.

Namun demikian, berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan dengan pihak pengelola Cafe Relatif, diketahui bahwa manajemen masih menerima berbagai masukan dan keluhan dari konsumen terkait pengalaman mereka selama berkunjung. Beberapa konsumen menilai bahwa waktu penyajian pesanan pada jam-jam tertentu masih relatif lama, sementara sebagian konsumen lainnya mengharapkan pelayanan yang lebih cepat dan responsif. Selain itu, terdapat konsumen yang mempertanyakan Perbandingan antara biaya yang dibayarkan dengan kualitas produk dan pelayanan yang disukai oleh konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh Cafe Relatif.

Pada ranah ilmu pemasaran, pencapaian kepuasan konsumen sangat berpatokan pada berbagai variabel penentu keputusan beli, di mana penilaian atas kriteria harga dan standar pelayanan menjadi variabel utamanya. Dari perspektif konsumen, harga direpresentasikan sebagai nilai pengorbanan material untuk mengejar keandalan komoditas yang dipilih. Apabila pengorbanan biaya tersebut sepadan dengan ekspektasi atas performa barang dan superioritas layanan, impresi kepuasan yang tinggi

akan terbentuk. Namun sebaliknya, ketika biaya yang dibayarkan dinilai melampaui nilai kemanfaatan yang diperoleh, kepuasan konsumen otomatis terdegradasi.

Tidak kalah penting dari aspek nilai ekonomis, kualifikasi pelayanan turut menjadi pilar utama pembentuk persepsi. Konsumen modern tidak sekadar mengevaluasi produk secara fisik, melainkan juga menakar kualitas pengalaman (*customer experience*) sepanjang tahapan pemenuhan jasa. Peluang terciptanya kepuasan konsumen akan terbuka lebar jika entitas bisnis mampu menyajikan respon pelayanan yang responsif, adaptif terhadap permintaan, santun, dan profesional di seluruh titik kontak (*touchpoints*). Iklim pelayanan yang prima ini pada akhirnya akan mematri citra positif di persepsi konsumen.

Terikatnya variabel penetapan harga dan kualifikasi pelayanan dengan kepuasan konsumen merupakan fokus yang intensif dikaji dalam beragam penelitian sebelumnya. Uji empiris Wahyono dan Saputra (2023) pada konteks Warbon Coffee membuktikan kontribusi positif harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti serupa direplikasi oleh Melsa (2023) pada objek 3B Cafe, di mana kepuasan pelanggan terbukti secara signifikan ditopang oleh kombinasi harga serta standar pelayanan. Begitu pula temuan Liana (2020) yang menegaskan peran interaksi harga dan mutu pelayanan terhadap penguatan kepuasan konsumen.

Namun demikian, kontinuitas literatur mencatat adanya variasi hasil penelitian. Penyelidikan oleh Sumarsid dan Paryanti (2022), Hadyarti dan Kurniawan (2022), serta Wanda dan Rayuwanto (2023) menghasilkan temuan yang kontras, yakni faktor harga terbukti tidak signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan konsisten berpengaruh signifikan. Kesenjangan temuan ini menjadi pijakan penting bahwa dampak harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen memerlukan re-evaluasi pada objek empiris baru yang memiliki karakteristik pelanggan berbeda.

Berlandaskan kesenjangan studi empiris tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menguji keterkaitan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, yang dituangkan dalam judul: **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE RELATIF CIBIRU BANDUNG”**.

B. Identifikasi Masalah

Bertolak pada pemaparan konteks dibagian pendahuluan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini mengidentifikasi beberapa masalah pokok yang layak untuk dikaji lebih lanjut, di antaranya sebagai berikut:

1. Masih terdapat konsumen yang mengeluhkan waktu penyajian pesanan yang cukup lama, terutama pada jam-jam tertentu, sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

2. Sebagian konsumen mengharapkan pelayanan yang lebih cepat, tanggap, dan responsive dari karyawan cafe
3. Sebagian konsumen mempertanyakan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas produk dan pelayanan yang diterima.
4. Kepuasan konsumen Cafe Relatif Cibiru Bandung diduga belum optimal karena masih adanya keluhan yang disampaikan oleh konsumen terkait harga dan kualitas pelayanan.

C. Batasan Masalah

Demi mempertahankan relevansi dan konsistensi analisis agar selaras dengan sasaran akademik yang dirancang, batas-batas lingkup kajian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Penyelidikan ini dibatasi secara khusus pada pengujian hubungan kausal antara penetapan harga serta kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen, dengan menjadikan Cafe Relatif Cibiru sebagai lokasi dan objek kajian utama.
2. Subjek penelitian dibatasi pada pelanggan yang pernah melakukan transaksi dan menggunakan layanan di Cafe Relatif Cibiru, baik pengunjung tetap maupun pengunjung sesekali.
3. Kajian dalam penelitian ini hanya mencakup dua faktor yang berperan sebagai variabel independen:
 - a. harga (*price*)
 - b. Kualitas pelayanan (*service quality*)

4. Variabel terikat dalam penelitian ini hanya difokuskan pada kepuasan konsumen, sehingga variabel lain seperti loyalitas pelanggan, suasana cafe, kualitas produk, dan promosi tidak dianalisis secara mendalam.
5. Lokasi penelitian terbatas pada Cafe Relatif Cibiru, sehingga temuan yang diperoleh tidak dimaksudkan secara langsung untuk diterapkan pada kafe lain yang memiliki kondisi operasional maupun karakteristik konsumen yang berbeda.

D. Rumusan Masalah

Bertolak dari hasil identifikasi permasalahan serta pembatasan ruang lingkup yang telah dijelaskan sebelumnya, Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menetapkan beberapa rumusan pertanyaan yang akan dijawab melalui proses penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Relatif Cibiru?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Relatif Cibiru?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Relatif Cibiru?

E. Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk mewujudkan beberapa target penelitian yang diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe Relatif Cibiru.

2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Relatif Cibiru.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan konsumen di Cafe Relatif Cibiru.

F. Manfaat Penelitian

Hasil studi ini diharapkan mampu menghasilkan sejumlah nilai yang bermanfaat oleh berbagai pihak terkait, baik untuk peneliti sendiri, pihak cafe, maupun orang lain yang nantinya ingin meneliti topik serupa.

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini ditujukan untuk menambah wawasan akademik di bidang pemasaran. Lebih lanjut, output penelitian diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber referensi bagi peneliti lain yang tertarik menginvestigasi hubungan antara penetapan harga, pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam konteks industri kafe maupun layanan jasa lainnya.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Manajemen Cafe Relatif Cibiru

Penelitian ini bisa menjadi gambaran mengenai bagaimana konsumen merasakan harga dan pelayanan yang diberikan saat ini. Informasi ini bisa dijadikan bahan evaluasi atau acuan dalam memperbaiki strategi harga maupun meningkatkan kualitas pelayanan supaya pengalaman konsumen jadi lebih baik.

b. Untuk Konsumen Cafe Relatif Cibiru

Riset ini membawa dampak tak langsung berupa umpan balik positif bagi pelanggan. Rekomendasi perbaikan yang dieksekusi oleh pengelola kafe berpotensi menghadirkan keunggulan layanan serta penetapan tarif yang lebih proporsional dengan nilai pengalaman yang diperoleh pengunjung.

c. Untuk Peneliti Lain

Luaran studi ini dapat dimanfaatkan sebagai basis komparasi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang berfokus pada topik sejajar. Tambahan pula, luaran ini memberikan wawasan tambahan mengenai preferensi dan pertimbangan konsumen dalam memilih tempat bersosialisasi.

3. Manfaat Untuk Institusi Pendidikan

Bagi lingkungan perguruan tinggi, hasil kajian ini menyuplai referensi kontekstual untuk memperdalam penguasaan materi manajemen pemasaran, khususnya terkait pengukuran kepuasan pelanggan kafe. Hal ini sekaligus memperkuat literatur akademis pada domain manajemen dan kewirausahaan.

G. Jadwal Penelitian

tabel 1.1 Jadwal Penelitian

Tahapan penelitian	2025		2026					
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
Pengajuan Judul								
Pengajuan Proposal								
Bimbingan Proposal								
Seminar Proposal								
Revisi Proposal								
Bimbingan Skripsi								
Pengumpulan Data dan Pengelolaan Data								
Penulisan Akhir Naskah Skripsi								
Pendaftaran Munasqosyah								
Siding Munasqosyah								
Revisi Munasqosyah								

(sumber : diolah peneliti, 2025)

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan alur penyampaian yang teratur dan sistematis, penyusunan skripsi ini dirancang dengan rincian sebagai berikut:

Bab I (Pendahuluan): Mengulas latar belakang isu, pemetaan dan pembatasan masalah, pertanyaan riset, tujuan serta kemanfaatan studi, linimasa kegiatan, dan sistematika penulisan.

Bab II (Tinjauan Pustaka): Membedah landasan teori yang relevan, komparasi riset-riset terdahulu, skema kerangka berpikir, serta formulasi hipotesis.

Bab III (Metodologi Penelitian): Menjelaskan rancangan penelitian, cakupan populasi dan teknik sampling, jenis data,

operasionalisasi variabel, tempat dan waktu, serta prosedur pengumpulan dan pengujian data.

Bab IV (Hasil dan Pembahasan): Menguraikan profil objek riset (meliputi latar belakang tempat, visi, misi, dan struktur), penyajian kalkulasi data, serta analisis inferensial untuk pembuktian hipotesis.

Bab V (Penutup): Berisi narasi kesimpulan akhir, poin-poin limitasi penelitian, serta masukan/saran strategis bagi pemangku kepentingan.

