

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini telah menyebabkan dunia berubah begitu cepat sehingga menimbulkan berbagai macam kebutuhan baru bagi manusia yang harus dipenuhi. Pertumbuhan berbagai bidang usaha, baik di kota besar maupun kota kecil, sejalan dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Sebagai peluang bisnis yang potensial, ini adalah.

Pelaku bisnis di setiap industri diharapkan dapat beradaptasi dan memprioritaskan upaya mereka dengan cara yang memaksimalkan kepuasan pelanggan (Kotler, 2016: 152). Dampak globalisasi pada dunia industri dewasa ini telah meningkatkan tingkat keganasan dan persaingan antar pelaku usaha. Berdasarkan hal tersebut, bisnis harus mampu berkembang agar mampu bersaing dengan pasar. Industri makanan dan minuman, termasuk kafe, merupakan salah satu sektor yang berkembang saat ini.

Cafe menjadi tempat nongkrong favorit berbagai kalangan, termasuk selebritis, pebisnis, dan masyarakat umum. Meski disukai banyak kalangan, anak muda tetap menjadi mayoritas pengunjung cafe. Kaum muda memiliki kecenderungan untuk berkumpul, bersosialisasi, atau sekadar berkumpul dengan teman-temannya, yang menjelaskan hal ini. Selain itu, ia berfungsi sebagai sarana komunikasi, interaksi sosial, dan pencarian ruang di depan umum. Beberapa

penjelasan ini didasarkan pada modifikasi atau kemajuan cara hidup masyarakat kontemporer.

Pelaku bisnis menjadi lebih didorong oleh motivasi mereka sendiri untuk menciptakan produk yang akan diterima dan digunakan konsumen seiring kemajuan teknologi. Hal ini memaksa peningkatan jumlah produk yang harus memiliki banyak manfaat agar konsumen dapat menggunakannya dengan mudah. Produsen yang tujuannya meningkatkan kualitas produk telah menciptakan banyak inovasi baru. Produser melakukan segala upaya untuk membujuk konsumen agar memilih atau lebih pilih-pilih ketika membeli jenis barang atau jasa tertentu dari produsen.

Orang-orang sekarang mulai memilih produk dengan lebih hati-hati dan cerdas untuk mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka inginkan dari produk tersebut. Dalam beberapa kasus, mereka tidak akan berpikir dua kali untuk mengeluarkan lebih banyak uang untuk mendapatkan barang berkualitas tinggi. Profesional pemasaran akan berada dalam posisi kompetitif yang kuat untuk terus tumbuh dan merebut pangsa pasar. Hal ini disebabkan gagasan bahwa salah satu cara untuk mencapai tujuan bisnis adalah dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau target pasar agar dapat memuaskan mereka secara lebih efektif dan efisien daripada para pesaing (Kotler, 2016: 185)

Perusahaan harus bisa memasarkan produk yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor lain. Kualitas produk dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif (Armstrong, 2017). Oleh karena itu, hanya bisnis dengan barang kaliber tertinggi yang akan mengalami

pertumbuhan pesat, dan bisnis ini pada akhirnya akan mengungguli bisnis lain dalam hal kesuksesan. Untuk mencapai pertumbuhan yang cepat dan keunggulan jangka panjang atas bisnis pesaing, lini produk perusahaan harus dibentuk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan. Hanya bisnis dengan kualitas produk tertinggi yang akan mencapai ini.

Selera konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas karena harus dievaluasi melalui lensa persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, penting untuk mengelola kualitas produk sesuai dengan kegunaan yang diinginkan pelanggan. Dalam hal ini, konsistensi dalam keluaran produk pada tingkat kualitas yang diharapkan dan diinginkan konsumen sangatlah penting. Kualitas produk juga merupakan pernyataan sejauh mana merek atau produk tertentu dapat menjalankan fungsi yang diharapkan. Kualitas produk tergantung pada kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan pelanggan eksplisit atau implisit (Nasution, 2018).

Sebuah cafe bernama Cafe Beringin Premium menawarkan berbagai minuman, kopi, dan makanan ringan. Masalah yang berkembang adalah bahwa ketika membuat minuman, kualitas barang yang dijual kadang-kadang berubah dalam cara konsumen merasakan rasa mereka. Banyak pelanggan yang melakukan pembelian di kafe mengatakan hal ini yang membuat penjualan menurun.

Layanan yang ditawarkan, terlepas dari apakah sesuai dengan harapan pelanggan adalah masalah utama sebuah kafe dengan banyak saingan. Karena itu, Cafe Beringin Premium harus senantiasa menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk dan menawarkan fasilitas yang akan meningkatkan

kepuasan pelanggan. Pemilik harus hati-hati menilai kebutuhan pelanggan untuk memenuhi permintaan dan meningkatkan kepuasan dengan fasilitas dan layanan yang ditawarkan.

Kekuatan suatu merek untuk menambah nilai bagi pelanggan yang menggunakan atau mengkonsumsi produknya dikenal dengan ekuitas merek. Ekuitas merek berkaitan erat dengan jumlah pelanggan yang puas terhadap suatu merek, merasa kehilangan ketika berpindah merek (*brand switching*), menghargai merek dan melihatnya sebagai teman, serta merasa terikat dengan merek tersebut. Sulit bagi sebuah bisnis untuk mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar karena munculnya berbagai jenis produk dalam satu kategori dengan kualitas produk yang telah menjadi standar dan dapat dengan mudah ditiru dan dimiliki oleh siapa saja.

Ekuitas merek sangat penting karena jika merek yang diiklankan dikenal oleh masyarakat umum, penjualan dapat meningkat sebagai hasilnya. Untuk bisnis, ekuitas merek dapat didefinisikan sebagai bagaimana pelanggan memandang suatu produk atau sebagai ingatan sesaat dari suatu produk tertentu setelah melihatnya (Tobing & Ngatindriatun, 2019). Dengan menjalankan promosi yang sukses dan menarik, kami dapat menarik pelanggan yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang barang yang kami tawarkan. Ketika diberi pilihan untuk memilih antara nama, merek, harga, dan atribut produk lainnya, pelanggan lebih cenderung memilih nama perusahaan terlebih dahulu sebelum mempertimbangkan harganya. Ketika suatu merek memiliki ekuitas yang kuat, merek tersebut akan menjadi lebih

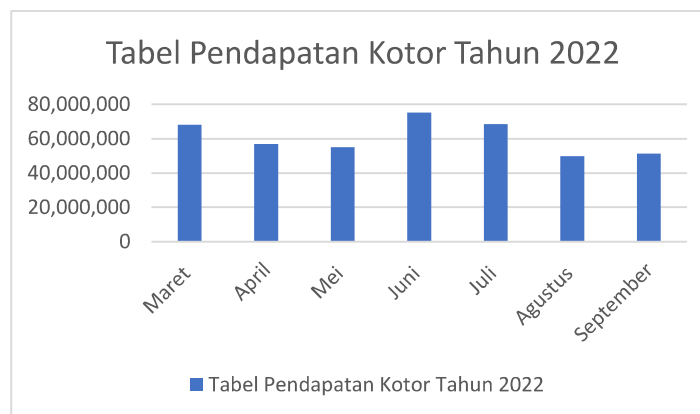
menonjol di benak konsumen dan mereka akan cenderung memilih merek atau layanan tersebut daripada yang lain saat melakukan pembelian (Setiyawati, 2021).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat pencapaian yang dapat dialami oleh suatu bisnis ketika pelanggan senang dengan produk yang mereka beli. Hal ini juga berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan yang dapat dipenuhi oleh bisnis dan mendorong pembelian tambahan. Selain kebahagiaan, konsumen juga bisa mengalami kekecewaan, apalagi jika barang yang dibelinya tidak sesuai dengan harapannya. Perkembangan kepuasan pelanggan dapat menumbuhkan hubungan positif antara bisnis dan pelanggan (Tresiya et al., 2018).

Seberapa dekat harapan pembeli produk sesuai dengan manfaat yang sebenarnya mereka rasakan dalam produk menentukan seberapa puas mereka dengan pembelian mereka. Pelanggan yang senang dengan produk yang dibelinya sering merekomendasikan merek produk tersebut kepada orang lain (Paludi, 2021). Masalah yang saat ini dihadapi Cafe Beringin Premium adalah kurangnya merek kuat yang dimiliki serta persaingan dari bisnis lain yang telah mendirikan lokasi mereka. Poin pengumpulan, garis besar, Amati Coffee, dan Janji Jiwa Toast hanyalah beberapa kafe di distrik Sekupang Batam City yang bersaing dengan Cafe Beringin Premium, yang memiliki ekuitas merek yang sangat kuat. Dibandingkan dengan pendirian Cafe Beringin Premium Batam, cukup untuk memiliki merek terkenal dan pengalaman luas dalam industri kopi dan makanan ringan. Ini dibuktikan oleh banyak pelanggan yang secara teratur mampir untuk menikmati penawaran yang mereka tawarkan.

Pembukaan Cafe akan membuatnya lebih sederhana bagi orang untuk memesan makanan atau minuman. Manajer harus menggunakan taktik yang tepat dalam mengelola bisnis ini jika dia ingin memastikan bahwa pangsa pasar Cafe Beringin Premium Batam terus meningkat. Hal yang sama berlaku untuk manajer, yang perlu mulai menerapkan ide-ide kreatif untuk menemukan apa yang diinginkan pelanggan mereka dari produk mereka.

Pilihan minuman kopi, boba, dan makanan ringan lainnya seperti burger, kentang goreng, dan lainnya ditawarkan di Cafe Beringin Premium. Pemilik mengklaim bahwa karena pandemi Covid-19 saat ini, yang mempengaruhi Batam, dan kehadiran beberapa pesaing baru yang telah mendirikan bisnis mereka, kondisi Cafe Beringin Premium Batam telah menurun, khususnya antara Agustus 2022 dan Februari 2022. Bagan berikut menunjukkan total pendapatan bulanan untuk semua produk penjualan.:



Gambar 1.1. Total Pendapatan Kotor Cafe Premium Beringin Batam dari Maret hingga September 2022

Sumber: Cafe Beringin Premium (2022)

Berdasarkan data di atas, terjadi penurunan total pendapatan penjualan minuman dari Maret hingga September 2022. Dengan mencermati keluhan

pelanggan, pemilik harus memperhitungkan hal tersebut. Misalnya, pelanggan menginginkan harga yang cukup rendah. Karena pemilik dalam hal ini menyadari pentingnya pelanggan dan dampak kepuasan pelanggan dan kualitas produk terhadap keuntungan bisnis, Cafe Beringin Premium mencari cara untuk meningkatkan kepuasan klien.

Untuk menentukan penyebab turunnya omzet penjualan, pemilik harus serius. Salah pilih bisa mengakibatkan turunnya omzet penjualan akibat pelanggan berpindah ke kafe lain. Pemilik usaha harus menjaga kualitas barang yang dijual di pasar ini. Hal ini disebabkan beberapa konsumen saat ini telah mengubah perilaku pembeliannya. Pelanggan melihat melampaui kepuasan kebutuhan mereka. Pelanggan mengevaluasi suatu produk berdasarkan apakah produk tersebut dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka.

Pelanggan menilai produk berdasarkan kualitasnya. Kualitas produk perusahaan akan memiliki dampak yang lebih besar pada seberapa puas pelanggannya dengan produk yang dibuat dengan lebih baik. Seiring dengan menurunnya tingkat penjualan produk, Cafe Beringin harus menanggapi keluhan pelanggan agar kedepannya lebih mempertahankan tingkat kualitas layanan untuk membuat klien senang. Banyaknya keluhan yang diterima oleh pelanggan menunjukkan apakah klien senang atau tidak dengan pelayanan yang diberikan oleh staf. Daftar jumlah pengaduan disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Jumlah Komplain Pelanggan Cafe Premium Beringin Batam periode bulan Maret – September 2022

No	Jenis Komplain	Frekuensi
1	Pelanggan menunggu sangat lama karena proses penyajian makanan dan minuman terlalu lama	57
2	Pelayanan yang diberikan kurang tertib dalam melayani pelanggan	25
3	Sering tidak adanya produk yang dijual serta sering terjadi perubahan rasa pada produk	130

Sumber: Cafe Beringin Premium (2022)

Tiga jenis keluhan muncul dalam waktu singkat, menurut Tabel 1.1. Kualitas buruk produk yang disediakan dapat disimpulkan dari ini. Selain itu, pelanggan yang senang dengan pelayanan yang ditawarkan Cafe Beringin cenderung akan menceritakan atau merekomendasikannya kepada orang lain. Mengusahakan pemenuhan kebutuhan konsumen merupakan bagian dari kepuasan konsumen. Menganalisis apakah pengalaman aktual sesuai dengan harapan mengarah pada penentuan apakah pelanggan puas (Tjiptono, 2017).

Ekuitas merek adalah aspek lain dari kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam temuan penelitiannya (Setyawati, et al., 2021), persepsi konsumen terhadap produk dan layanan akan dipengaruhi oleh perkembangan ekuitas merek di benak mereka, yang pada akhirnya akan berujung pada pembelian. Produsen akan mendapatkan keuntungan dari pengakuan konsumen yang lebih baik jika ekuitas merek mereka positif. Dengan kata lain, pelanggan akan memutuskan apakah akan membeli produk yang memiliki citra positif atau negatif. Ketika diberi pilihan untuk memilih antara nama, merek, harga, dan atribut produk lainnya, konsumen dikatakan lebih memilih nama produk

terlebih dahulu sebelum mempertimbangkan harganya, menurut Setiyawati (2021). Ketika sebuah merek memiliki tingkat ekuitas merek yang tinggi, konsumen lebih cenderung memilih merek atau layanan tersebut daripada yang lain saat melakukan pembelian.

Manajer cafe semakin memperhatikan kepuasan pelanggan. Semakin banyak kafe yang memfokuskan operasinya untuk memberikan pengalaman pelanggan yang positif sebagai akibat dari persaingan yang semakin ketat (Hermawan, 2018). Untuk memastikan bagaimana konsumen akan menanggapi fitur penjualan, penelitian konsumen diperlukan. Saat orang berbelanja, tingkat kepuasan pelanggan terhadap fitur yang ditawarkan dapat ditentukan (Hermawan, 2018). Strategi pemasaran perusahaan dapat ditingkatkan dengan bantuan informasi tentang kepuasan pelanggan, yang dapat digunakan sebagai titik awal oleh pemilik bisnis. Penulis akan meneliti topik dengan judul berdasarkan latar belakang yang telah diberikan di atas tentang **“Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Beringin Premium Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Pokok permasalahan dapat ditentukan berdasarkan latar belakang yang telah diberikan di atas:

1. Pengalaman pelanggan dengan rasa produk terus berubah, terlepas dari kualitasnya.
2. Konsumen yang ingin melakukan pembelian seringkali tidak menemukan barang yang ditawarkan, kualitas konsumen masih belum ideal.

3. Kurangnya brand yang kuat dan persaingan dari perusahaan lain dengan pelaku usaha sejenis.
4. Dari segi pelanggan, evaluasi kepuasan pelanggan Cafe Beringin Premium Kota Batam belum dilakukan dengan baik.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian akan lebih terarah dan pembahasan akan dipermudah jika masalah dibatasi agar tidak melenceng atau memperluas pokok bahasan. Berikut adalah beberapa batasan masalah yang diangkat oleh penelitian ini:

1. Cafe Beringin Premium Kota Batam merupakan tempat dilakukan penelitian ini.
2. Kualitas Produk, Ekuitas Merek, dan Kepuasan Konsumen merupakan variabel-variabel yang penulis batasi penelitiannya.

1.4 Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, berdasarkan uraian latar belakang yang diberikan.

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Beringin Premium Kota Batam?
2. Apakah terdapat pengaruh ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Beringin Premium Kota Batam?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Beringin Premium Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini ditentukan oleh bagaimana masalah tersebut dirumuskan di atas:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Beringin Premium Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Beringin Premium Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Beringin Premium Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Pengetahuan penulis tentang data yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini semakin diperluas dengan kemampuan penerapan ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan topik manajemen pemasaran yang dibahas dalam kuliah.

1.6.2 Manfaat Praktis

Berikut ini adalah beberapa keuntungan dari penelitian”

1. Bagi Penulis

Bagi penulis, sebagai cara untuk menggunakan pengetahuan akademik mereka dan untuk memperdalam pemahaman mereka tentang subjek mereka,

khususnya dalam kaitannya dengan dampak kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Diharapkan dengan menggunakan temuan penelitian ini sebagai pedoman, peneliti selanjutnya dapat memperbaiki kelemahan terkait kepuasan konsumen dari penelitian ini.

3. Bagi Cafe Beringin Premium Batam

Untuk meningkatkan ekuitas merek dan kepuasan pelanggan sekarang dan di masa depan, pemilik diantisipasi untuk mempertimbangkan temuan penelitian.