

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan gaya hidup dan peningkatan mobilitas penduduk Indonesia mendorong pertumbuhan sektor jasa penyediaan makanan dan minuman selama beberapa tahun terakhir. Jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman tercatat meningkat signifikan. Dalam konteks persaingan usaha yang semakin ketat, faktor-faktor pemasaran seperti harga, lokasi, dan kenyamanan lingkungan (*servicescape*) menjadi konsep penting dalam mempengaruhi keputusan dan kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian empiris pada konteks ritel, kafe, dan restoran di Indonesia menunjukkan bahwa persepsi harga dan lokasi sering kali berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara aspek lingkungan fisik, meliputi kenyamanan, tata letak, kebersihan, pencahayaan, dan tanda petunjuk (dikenal dalam literatur sebagai *servicescape*) juga terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas (Rianda, 2025).

Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan operasional dan strategi pemasaran, pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain, sehingga berdampak pada pendapatan dan keberlanjutan usaha. Namun, bukti lapangan menunjukkan hasil yang beragam antar sektor dan wilayah.

Beberapa studi menemukan pengaruh kuat harga terhadap kepuasan, sementara studi lain menunjukkan kontribusi lebih dominan dari faktor lingkungan fisik atau lokasi outlet. Oleh karena itu, penelitian yang menggabungkan ketiga variable harga, lokasi, dan kenyamanan lingkungan diperlukan untuk memberikan gambaran empiris yang terintegrasi dalam konteks usaha jasa, seperti restoran, kafe, ritel makanan, dan lain-lain pada populasi yang diteliti (Rajul dkk, 2025).

Berdasarkan kondisi industri yang tumbuh dan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan pentingnya ketiga faktor tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menguji pengaruh harga, lokasi, dan kenyamanan lingkungan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan strategi pemasaran praktis bagi pelaku usaha serta pengayaan kajian akademik mengenai determinan kepuasan pelanggan dalam konteks layanan makanan dan minuman di Indonesia.

Industri warung kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, bertransformasi dari tempat singgah sederhana menjadi ruang komunal yang memenuhi berbagai kebutuhan sosial dan profesional pelanggan. Peningkatan jumlah kedai kopi menunjukkan adanya persaingan yang ketat, memaksa setiap pemilik usaha untuk menemukan strategi pemasaran dan operasional yang efektif guna menarik dan mempertahankan pelanggan .

Dalam menentukan preferensinya terhadap suatu bisnis, konsumen akan memilih lokasi yang lebih mudah dijangkau, oleh sebab itu perilaku konsumen saat ini cenderung menyukai hal-hal yang praktis dan mudah dijangkau. Khususnya bisnis pada café ini yang memiliki lokasi strategis, terdapat banyak akses perbelanjaan seperti pasar, transportasi yang padat, aktivitas masyarakat yang ramai. Pentingnya lokasi bagi bisnis kuliner adalah mampu mendorong peningkatan pendapatan sebab selain akan menurunkan biaya operasional, juga dapat menambah value pada bisnis tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor krusial yang menentukan loyalitas jangka panjang dan keberlanjutan bisnis warung kopi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepuasan ini tidak hanya berasal dari kualitas produk kopi itu sendiri, tetapi juga dipengaruhi secara signifikan oleh elemen-elemen eksternal dan lingkungan. Ada beberapa faktor utama yang diduga kuat memengaruhi tingkat kepuasan tersebut, yaitu harga, lokasi, dan Kenyamanan Lingkungan.

Dari ke beberapa faktor yaitu salah satunya adalah lokasi. Lokasi strategis yang mudah diakses, dekat dengan pusat aktivitas (perkantoran, kampus, perumahan), dan memiliki visibilitas yang baik menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam memilih tempat untuk singgah. Aksesibilitas dan kemudahan parkir sering kali menjadi penentu keputusan kunjungan awal. lokasi yaitu keputusan pelanggan dalam memilih sebuah objek yang ingin ditempatkan atau dituju guna untuk mendapatkan sebuah

kepuasan . Pendapat lain menyatakan bahwa lokasi adalah salah satu faktor asal situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Lokasi dapat juga disebut dengan saluran prasarana sebab lokasi juga berhubungan pribadi menggunakan pembeli atau konsumen atau menggunakan kata lain lokasi .(Indriyani dkk, 2022).

Dan faktor yang berikutnya tidak kalah penting dengan faktor di atas yaitu harga Persepsi pelanggan terhadap kewajaran harga produk dan layanan relatif terhadap kualitas yang diterima memainkan peran penting dalam kepuasan. Struktur harga yang kompetitif dan transparan dapat meningkatkan persepsi nilai di mata konsumen. Harga dan pelayanan yang ditawarkan pada pembeli dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply* atau *marketing channels*. Tapi harga yang ditawarkan harus ajek dan sejalan dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan.

Ada banyak faktor yang harus dicermati dalam penentuan harga antara lain : melihat apa yang dirasakan oleh konsumen dengan membeli harga yang mahal atau murah dari produk yang kita tawarkan, kebijakan harga purna jual yang telah ditentukan oleh perusahaan (Sukmawati 2017). Harga ialah hal yang perlu untuk diperhatikan secara seksama. Karena dari harga ini akan mempengaruhi citra merek suatu produk atau jasa yang kita tawarkan. Jangan sampai harga yang kita tawarkan melampaui ekspektasi dari barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen atau sebaliknya. Bagi

perusahaan harga tersebut akan memberikan hasil dengan profit untuk perusahaan (Haq 2018).

Penelitian ini dilakukan di sebuah warkop yang beralamat di Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 127, Kebomas, Gresik, 61121, yang menyediakan berbagai makanan dan minuman ringan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan lokasi, harga, dan kenyamanan lingkungan. Pada aspek lokasi, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada coffee shop modern di kota-kota besar, seperti Surabaya dan Malang, sehingga masih mengabaikan warkop tradisional di Gresik yang memiliki karakteristik budaya ngopi pagi sebagai daya tarik utama.

Pada aspek harga, konsumen tidak hanya mencari produk yang berkualitas, tetapi juga menginginkan harga yang sesuai dengan daya beli serta lokasi yang mudah dijangkau. Sementara itu, pada aspek kenyamanan lingkungan, faktor-faktor seperti desain interior, pencahayaan, tingkat kebisingan, ketersediaan fasilitas (Wi-Fi dan stopkontak), serta kebersihan sangat memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Lingkungan yang nyaman akan mendorong pelanggan untuk menghabiskan waktu lebih lama di warkop sehingga dapat meningkatkan kepuasan mereka terhadap suasana yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang menentukan

keberhasilan suatu usaha, termasuk usaha warung kopi. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya lokasi usaha yang strategis, harga yang sesuai dengan persepsi nilai yang diterima konsumen, serta kenyamanan lingkungan yang mampu menciptakan pengalaman positif selama berkunjung. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kenyamanan Lingkungan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik."**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang membahas tentang “Pengaruh lokasi, harga, dan kenyamanan lingkungan terhadap kepuasan konsumen pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik” maka rumusan masalah yang diteliti:

1. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik?
3. Apakah kenyamanan lingkungan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik?
4. Apakah lokasi, harga, dan kenyamanan lingkungan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penetapan batasan masalah sangat penting untuk memperjelas cakupan dan ruang lingkup yang akan diteliti. Hal ini bertujuan agar hasil penelitian terfokus pada pengaruh harga , lokasi, dan kenyamanan lingkungan terhadap kepuasan konsumen . penelitian ini dilakukan di Warkop Aja yang berlokasi di Kabupaten Gresik.

Secara umum, lokasi warung kopi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Lokasi dibatasi pada aspek fisik dan aksesibilitas Warkop Aja, seperti jarak dari jalan raya, ketersediaan parkir, dan visibilitas bangunan di sekitar kawasan PLN Petro Gresik. Tidak mencakup faktor digital seperti lokasi virtual atau peta online, serta hanya diukur melalui persepsi pelanggan rutin tanpa analisis meskipun pengaruhnya sering kali bersifat tidak langsung dan terkait erat dengan faktor-faktor lain seperti aksesibilitas, kenyamanan, dan suasana

Dan untuk faktor berikutnya adalah Harga , Harga dibatasi pada persepsi pelanggan terhadap kesesuaian harga menu utama (kopi, makanan ringan) dengan kualitas dan porsi di Warkop Aja, menggunakan skala value-for-money. Tidak termasuk strategi pricing dinamis, diskon, atau perbandingan harga kompetitor di luar Gresik.

Dan faktor berikutnya yaitu Kenyamanan lingkungan dan faktor tersebut juga tidak kalah penting. Pada faktor tersebut dibatasi pada elemen servicescape fisik seperti suasana ruang duduk, pencahayaan, kebersihan, ventilasi, dan fasilitas pendukung (WiFi, musholla) di Warkop Aja. Tidak meliputi aspek sosial (interaksi

pengunjung) atau eksternal (cuaca sekitar), serta hanya dinilai berdasarkan pengalaman kunjungan pelanggan

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik.
3. Untuk mengetahui apakah kenyamanan lingkungan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan kenyamanan lingkungan terhadap kepuasan konsumen secara simultan pada Warkop Aja di Kabupaten Gresik.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini baik teoritis dan praktis adalah sebagai berikut:

1.5.1 Teoritis

Secara Teoritis Hasil dari penelitian secara teoritis ini dapat memberikan landasan yang kuat untuk mengembangkan beberapa variabel, sehingga dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap meningkatkan

kepuasan pelanggan di Warkop Aja

1.5.2 Praktis

Hasil dari penelitian secara praktis ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan dalam menyelesaikan masalah terkait dengan kepuasan pelanggan dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Warkop Aja yang diteliti untuk mengambil langkah perbaikan di masa depan.