

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Selama beberapa tahun terakhir para pelaku bisnis khususnya di Mojokerto memiliki permintaan yang tinggi terhadap industri cafe. Dibuktikan dengan menjamurnya cafe di kota Mojokerto karena itu pemilik perusahaan bersaing untuk mendapatkan konsumen. Untuk membedakan produk minuman bercita rasa dengan yang ditawarkan oleh cafe lain dan tetap kompetitif, pemilik cafe harus menggunakan kreativitas dalam mengembangkan item yang dijual.

Setiap cafe mengalami pembaruan dan peningkatan yang berbeda - beda pada *cafe atmosphere, experiential marketing*, dan kualitas produk. Pendorong utama keputusan cafe untuk menawarkan *experiential marketing* kepada pelanggan mereka adalah tingkat persaingan yang semakin ketat. Selain itu, tingkat persaingan ini mendorong cafe untuk bersaing satu sama lain untuk mendapatkan produk terbaik, yang dapat berdampak pada kepuasan konsumen itu sendiri. Lupiyoadi (2014:228) kepuasan konsumen merupakan konsumen yang menyatakan bahwa hasil evaluasi kinerja suatu barang atau jasa memenuhi standarnya [1].

Cafe yang ada di Mojokerto yang berkonsep industrial tropis salah satunya adalah Cafe House Of Essentials cafe baru yang didirikan pada tahun 2020 yang terletak di Jalan Suromulang No.20, Mergelo, Surodinawan, Kec. Prajurit Kulon, Kota Mojokerto, Jawa Timur 61328. Lokasi ini cukup strategis

dan sangat nyaman untuk pergi ke sana karena dekat dengan kota tepat di samping jalan raya dengan ruangan *indoor*, semi *outdoor* dan *outdoor*.

Cafe harus memperhatikan *cafe atmosphere* dikarenakan membantu mewujudkan lingkungan ramah untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta mendorong untuk lama berada didalam cafe. konsumen dapat menemukan kenyamanan dalam suasana cafe yang juga menjadi daya tarik potensial. *Cafe atmosphere* dikembangkan dengan memanfaatkan komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, serta parfum guna memengaruhi respons emosional dan perseptual tamu serta memengaruhi keputusan pembelian mereka Utami (2018:356) dikutip dari [2]. Salah satu usaha cafe memperkuat dan membina lingkungan yang ramah, ditambah dengan desain interior serta adanya berbagai fasilitas tambahan semacam hiburan musik, permainan modern, wifi, dan mushola. Perkembangan Cafe House Of Essentials cukup untuk bersaing dengan cafe lain di Mojokerto.

Pelaku usaha tentunya harus mampu menarik konsumen agar dapat memuaskan konsumen, oleh karena itu diperlukan rencana pemasaran. *Experiential marketing* merupakan satu bagian dari taktik pemasaran yang bisa digunakan, karena pemasaran digital saat ini tidak cukup meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Persepsi konsumen terhadap suatu barang dan jasa merupakan fokus utama dari strategi pemasaran yang dikenal dengan *experiential marketing* Hilman dan Marlina (2020:174) [3]. Kebahagiaan konsumen sangat dipengaruhi oleh *experiential marketing* karena fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan, serta sejumlah elemen lainnya, dapat berdampak emosional pada konsumen.

Dampak emosional ini secara langsung menentukan apakah konsumen puas atau tidak. Heryanto dkk (2021: 228) [3].

Persepsi konsumen tentang *experiential marketing* harus dibentuk oleh cafe. Karena konsumen sekarang menjadi fokus utama strategi pemasaran tidak hanya produknya. Pengalaman unik akan memberi konsumen alasan untuk menghargai merek dan produk. Oleh karena itu, pengalaman ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen cafe. Beberapa konsumen mengatakan bahwa setelah membeli produk dari Cafe House Of Essentials mereka memiliki pengalaman emosional yang menyenangkan dan memuaskan yang mendorong konsumen untuk kembali dan membeli lebih banyak produk.

Mengingat bahwa kualitas produk terkait erat dengan perhatian pada kepuasan konsumen produsen harus memberi perhatian ekstra. Kotler (2005:49) kualitas produk merupakan jumlah atribut produk, bersama dengan kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan [4]. Penggemar kopi menyukai barang berkualitas yang digunakan Cafe House Of Essentials. Ketika produk ditawarkan dengan pilihan porsi yang dapat dipilih oleh konsumen, produk bisa disesuaikan untuk memenuhi permintaan konsumen. Konsumen tertarik dengan rasa yang menarik dari produk tersebut dimulai dengan kopi yang berkualitas dan banyaknya berbagai pilihan menu mulai dari snack hingga makan berat yang mengenyangkan.

Ketika cafe menawarkan barang atau jasa yang wajar dalam kaitannya dengan yang dirasakan konsumen kebutuhan konsumen akan terpenuhi sepenuhnya dan ini akan menghasilkan rasa puas yang didapat oleh konsumen.

Kotler dan Keller (2012) [5] mengungkapkan kepuasan konsumen terwujud saat kinerja sesuai atau bisa mewujudkan keinginan konsumen atau ketika mereka hampir terpenuhi dan bahkan mungkin melampauinya. Konsumen adalah seseorang yang secara teratur dan sering mengunjungi lokasi yang sama untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan membeli produk atau jasa dan membayarnya. Ketika konsumen menilai perbedaan antara yang diantisipasi sebelum dikonsumsi dengan apa yang benar - benar dialami setelah konsumsi, mereka menimbulkan reaksi psikologis yang mengarah pada kepuasan. Lee, Hsiao, dan Yang (2010) [5].

House Of Essentials salah satu dari sekian banyak cafe yang terus memiliki peminat. Ada beberapa alasan mengapa Cafe House Of Essentials begitu populer dan selalu mendapat sambutan hangat dari konsumen. Tetapi tidak sedikit dari mereka yang merasa kurangnya rasa puas dengan cafe ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat beberapa masalah seperti lahan parkir yang disediakan kurang luas, ketidaknyamanan karena tidak terpisah antara konsumen perokok dan bukan perokok, lamanya waktu yang dibutuhkan untuk menyajikan makanan dan snack, dan kurangnya persediaan untuk beberapa item menu yang mengakibatkan banyak menu yang kosong. Respon yang diberikan konsumen akan mencerminkan harapan yang dimilikinya. Untuk menumbuhkan kepuasan konsumen harus dinilai sejauh mana *cafe atmosphere*, *experiential marketing*, serta kualitas produk yang disediakan bisa menciptakan kepuasan konsumen. Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan judul :

**“PENGARUH *CAFE ATMOSPHERE*, *EXPERIENTIAL MARKETING*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA CAFE HOUSE OF ESSENTIALS MOJOKERTO”.**

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah penelitian ditemukan ketika latar belakang dijelaskan, antara lain :

- 1.2.1 Bagaimana pengaruh *cafe atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.
- 1.2.2 Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.
- 1.2.3 Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.
- 1.2.4 Bagaimana pengaruh *cafe atmosphere*, *experiential marketing* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana dinyatakan dalam rumusan masalah, penelitian ini mempunyai beberapa tujuan yakni:

- 1.3.1 Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh *cafe atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.

- 1.3.2 Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.
- 1.3.3 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.
- 1.3.4 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *cafe atmosphere*, *experiential marketing* serta kualitas pada produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Bagi Perguruan Tinggi

Untuk kemajuan sumber informasi dan pengembangan ilmu sebagai sarana pembelajaran mengenai pengaruh *cafe atmosphere*, *experiential marketing* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.

1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini bisa dipergunakan sebagai analisis guna mengetahui standar *cafe atmosphere*, *experiential marketing* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.

1.4.3 Manfaat Bagi Masyarakat

Kajian ini bisa untuk dijadikan sebagai pedoman dalam membantu pemecahan masalah, menjawab dan menemukan solusi mengenai pengaruh *cafe atmosphere*, *experiential marketing* dan kualitas

produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk memperkecil kemungkinan keluasan masalah utama, sehingga peneliti dapat lebih fokus dan mempermudah pembahasan guna menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penelitian membatasi masalah hanya sebatas mengkaji efek dari dampak *cafe atmosphere*, *experiential marketing* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe House Of Essentials Mojokerto.