

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kopi Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dengan meningkatnya konsumsi kopi dan gaya hidup masyarakat umum, kafe menjadi salah satu tempat yang digemari terutama di kalangan generasi muda. Hal ini menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi kedai kopi baru, seperti OM.BEAN di Mojokerto yang baru beroperasi sekitar pertengahan tahun 2021. Mengetahui faktor pendorong apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah suatu hal penting dalam lingkungan bisnis yang menjadi semakin kompetitif. Salah satunya adalah kualitas dan harga produk. Keduanya merupakan elemen kunci yang dapat mempengaruhi kesediaan pelanggan untuk membeli, terutama di industri makanan dan minuman yang selalu berkembang.

Kualitas produk mencakup berbagai faktor, seperti penampilan, kualitas, dan keunikan produk yang ditawarkan. Studi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat meningkat dengan produk berkualitas tinggi, yang pada akhirnya akan dapat mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak. (Kotler & Keller dalam (A. Arifuddin, F. Alimudin, dan D. Darmawansah, 2023)) [1]. Oleh karena itu, OM.BEAN harus menjamim bahwa produk yang ditawarkan telah memenuhi standar kualitas yang diharapkan pelanggannya.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh harga. Harga memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Alfred, 2013 dalam (Y. Harwani And F. Fauziyah, 2020) [2]. Pelanggan akan selalu memiliki keinginan membeli yang lebih tinggi

jika harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Dengan demikian, strategi penentuan harga yang tepat sangat krusial bagi kesuksesan kafe.

Niat beli ulang adalah kecenderungan konsumen untuk membeli produk yang sama berulang kali dalam jangka waktu tertentu. Aspek ini memainkan peran penting dalam keberlanjutan bisnis, karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada seringkali membutuhkan upaya yang lebih besar daripada mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, OM.BEAN Cafe perlu memahami berbagai faktor yang memengaruhi niat beli ulang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kepuasan adalah keadaan emosional, bisa berupa perasaan senang atau kecewa, yang muncul saat seseorang membandingkan pengalaman yang diperoleh dari penggunaan suatu produk dengan harapan yang dimilikinya terkait kinerja produk tersebut. (Kotler dalam (Z. Ovidani dan W. Hidayat. 2020)) [3]. Kepuasan yang tinggi dapat menjadi pemicu bagi pelanggan untuk melanjutkan aktivitas pembeliannya. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan penolakan klien. Oleh karena itu, fokus OM.BEAN adalah meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan berfungsi sebagai variabel perantara dalam hubungan antara niat untuk membeli ulang, harga, dan kualitas produk. Kualitas dan harga produk dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, yang kemudian memengaruhi niat untuk membeli ulang. Kafe dapat membuat rencana yang lebih baik dengan memahami bagaimana pelanggan puas.

Banyak penelitian telah menyelidiki pengaruh harga dan kualitas produk terhadap niat pembelian ulang, tetapi hanya sedikit penelitian yang mempelajari kepuasan pelanggan sebagai faktor intervensi di kafe, terutama di Mojokerto.

Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada hubungan langsung antara kualitas produk dan harga serta niat membeli kembali, tanpa mempertimbangkan faktor kepuasan pelanggan yang mungkin memediasi hubungan ini.

Selain itu, penelitian yang ada sering dilakukan di sektor ritel dan barang konsumsi lainnya, yang tidak memberikan gambaran jelas mengenai industri kafe. Kafe OM.BEAN yang diteliti memiliki karakteristik unik yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Om. Bean menggunakan pendekatan penetapan harga yang menarik di tengah kompetisi yang sengit, sehingga hal ini menjadi menarik untuk diteliti dari sudut pandang dampak harga pada kepuasan dan kebiasaan pembelian kembali. Kafe ini menyajikan kopi dan makanan dengan rasa yang unik serta standar kualitas yang terjaga. Hal ini penting untuk mengeksplorasi dampak kualitas produk pada kepuasan dan keinginan membeli kembali. Karena itu, penting untuk melakukan penelitian tentang bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk, karena ini pada akhirnya memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk lain.

Lebih lanjut, meski penelitian mengenai wilayah Mojokerto masih terbatas, namun wilayah tersebut mempunyai potensi pasar yang semakin besar bagi industri kafe. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika pasar lokal dan memberikan wawasan kepada pemilik kafe dalam merumuskan strategi pemasarannya.

Oleh karena itu, Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang satu sama lain dalam konteks yang lebih luas. Selain itu, sebagai variabel intervensi,

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Kafe OM.BEAN Mojokerto**", penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pengembangan strategi pemasaran OM.BEAN Cafe dan meningkatkan daya saingnya di pasar Mojokerto.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Kafe OM.BEAN Mojokerto?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Kafe OM.BEAN Mojokerto?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang di Kafe OM.BEAN Mojokerto?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli ulang di Kafe OM.BEAN Mojokerto?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang di Kafe OM.BEAN Mojokerto?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Kafe OM. BEAN Mojokerto?
7. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Kafe OM. BEAN Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Kafe OM.BEAN Mojokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Kafe OM.BEAN Mojokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang di Kafe OM.BEAN Mojokerto.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang di Kafe OM.BEAN Mojokerto.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang di Kafe OM.BEAN Mojokerto.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Kafe OM. BEAN Mojokerto.
7. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Kafe OM. BEAN Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Akademis

Bagi pihak universitas, hasil penelitian ini dapat memperkaya sumber referensi dalam bidang ilmu pemasaran. Temuan penelitian ini juga dapat dijadikan acuan untuk studi-studi selanjutnya serta dimanfaatkan dalam pengembangan kurikulum pembelajaran.

2. Peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi peneliti tentang pemasaran terutama dalam perilaku pasar . Dan juga mengasah keterampilan dalam merancang dan melaksanakan studi, menganalisis data, serta menyusun laporan penelitian yang sistematis.

3. Pemilik Usaha

Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis bagi Kafe OM.BEAN dan kafe lainnya, sehingga peneliti dapat berkontribusi langsung terhadap keberhasilan bisnis dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada responden yang merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian di Kafe OM.BEAN Mojokerto.