

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Bidang industri pangan kini telah berkembang sangat pesat, terutama bidang perkopian. Ini disebabkan pengaruh globalisasi atau perubahan yang mengarah ke kemajuan. Hal ini dapat dibuktikan dengan munculnya berbagai *coffee shop* dan sejenisnya. Didalam perkembangan industri pangan khususnya bidang minuman kopi ini dapat mendorong usaha *coffee shop* untuk bersaing agar bisa menjadi pemimpin pasar. Dalam era globalisasi seluruh *coffee shop* bersaing dalam hal *brand image*, harga dan lokasi sehingga konsumen memiliki referensi *coffee shop* sesuai dengan kebutuhannya.

Critasena merupakan salah satu perkopian yang ada dimalang dan paling hits dan ramai oleh pengunjung kalangan mahasiswa. Tempat tongkrongan ini terbilang sangat baru karena dibuka pada akhir 2022 lalu. Tempat nongkrong ini terbaru kian hadir menawarkan konsep hidden coffee shop dengan memiliki suasana yang sangat nyaman. Critasena café malang ini cukup memiliki lahan yang luas dan fasilitasnya juga terbilang memadai, daya tarik dari critasena cafe adalah lokasinya yang sangat mudah dijangkau oleh konsumen.

Untuk konsepnya, critasena café yang berada di malang ini mengangkat tema minimalis coffee shop yang begitu dipadukan dengan suasana dari pepohonan yang cukup rindang. Adapun cafe ini menawarkan dua area, yaitu indoor dan outdoor. Untuk indoornya tersebut memang sangat cukup minimalis, namun juga terbatas karena hanya

untuk Bar dan beberapa kursi. Sangat recommended buat spot WFC an, beberapa fasilitas lainnya bisa digunakan melalui stop kontak, akses wifi, dan ruangan AC. Sedangkan untuk area outdoor Critasena di Klojen Malang Tersebut menjadi Spot utama pengunjung. Terdapat banyak tempat duduk berupa kursi yang minimalis disekitaran halaman cafe tersebut. Tak sedikit cafe di Kota Malang yang memiliki konsep outdoor seperti Critasena, tetapi tidak se iconic seperti cafe yang satu ini yang selalu ramai oleh pengunjung ditambah lagi Critasena cafe buka 24 jam jadi banyak mahasiswa yang nongkrong ataupun mengerjakan tugas kuliah hingga larut malam tanpa memikirkan jam cafe tutup.

Brand image adalah cara konsumen memandang suatu merek produk (Setiadi, 2019). Citra merek diartikan sebagai citra yang mudah diingat oleh masyarakat, menciptakan citra positif yang memberikan berbagai layanan bagi perusahaan dan konsumennya dengan terpenuhinya kebutuhan dan harapan dari konsumen merek tersebut. Harga adalah sekumpulan biaya dalam bentuk uang yang dihubungkan dengan suatu produk berupa barang atau jasa. Secara umum harga dapat digambarkan sebagai jumlah total nilai yang dihasilkan dari pengeluaran konsumen sebagai ukuran untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan. Harga dapat diartikan sebagai jumlah yang ditambahkan ke beberapa item yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang dan jasa (Swastha, 2019). Keputusan penetapan harga harus sejalan dengan perubahan lingkungan dan khususnya persaingan. Kepuasan pelanggan menurut Windasuri (2017) dapat diartikan sebagai respon emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumen atas suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dalam (Atmaja, 2018) Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dimiliki pelanggan terhadap produk yang telah digunakan.

Kepuasan pelanggan berasal dari terpenuhinya keinginan konsumen berdasarkan harga dan harapan tertentu dan pelanggan yang puas memutuskan untuk melakukan pembelian berulang di masa depan. Kemajuan dalam penawaran produk, harga, lokasi, dan layanan dapat menjadi indikator kepuasan pelanggan.

Para peneliti terdahulu tentang kepuasan pelanggan sudah dilakukan, yaitu oleh Lenzun et al. (2014) berisikan kualitas dari produk atau jasa yang digunakan adalah salah satu komponen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tetapi hasil penelitian Yanuar et al. (2017) serta Asti dan Ayuningtyas (2020) menjelaskan bahwa kualitas produk tidak memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan, melainkan dipengaruhi oleh harga dimana yang sudah diteliti oleh Listiawati et al. (2017), Yanuar et al. (2017), Asti dan Ayuningtyas (2020) menemukan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga. Purnamasari (2015) menjelaskan bahwa harga dapat mempengaruhi cara konsumen memandang suatu produk yang kemudian menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk.

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang dengan pertimbangan beberapa hal, seperti kota Malang yang dikenal sebagai kota pelajar, wisata transit dan industri perdagangan, sehingga usaha *coffee shop* merupakan usaha yang menjanjikan, karena sangat digemari oleh para mahasiswa untuk mengisi waktu luang atau aktivitas yang lain.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Critasena Cafe Pada Mahasiswa Di Kota Malang.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *brand image*, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Critasena Cafe pada mahasiswa di Kota Malang secara bersama-sama?
2. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap kepuasan pelanggan di Critasena Cafe pada mahasiswa di Kota Malang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Critasena Cafe pada mahasiswa di Kota Malang?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Critasena Cafe pada mahasiswa di Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image*, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Critasena Caffè pada mahasiswa di kota Malang secara bersama-sama.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap kepuasan pelanggan di Critasena Cafe pada mahasiswa di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Critasena Cafe pada mahasiswa di Kota Malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Critasena Cafe pada mahasiswa Di Kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat menjadi pedoman dan pengetahuan untuk penelitian mengenai citra merek, harga, dan lokasi mengenai kepuasan pelanggan Critasena Cafe di kalangan mahasiswa di kota Malang.
2. Secara praktis diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk pengembangan strategi pemasaran yang diterapkan terhadap kepuasan pelanggan Critasena Cafe untuk mahasiswa di Kota Malang ditinjau dari citra merek, harga, dan lokasi.