

**PENGARUH LOKASI, HARGA, KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAFE JOLOTUNDO  
NGANJUK**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Pada Prodi Manajemen



OLEH :

**FITRI NURJANNAH**

NPM: 2112010132

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2025**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pemasaran memainkan peran yang sangat amat penting pada sebuah perusahaan dagang atau jasa. Pemasaran merupakan kumpulan kegiatan, proses, dan strategi yang dijalankan oleh perusahaan atau organisasi untuk memperkenalkan, menyalurkan, dan menjual produk atau layanan kepada konsumen. Fokus utama dari sebuah pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dengan efektif, sekaligus mencapai sasaran bisnis seperti peningkatan penjualan, membangun kesadaran merek, atau meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut El-Mujtama (2021) perencanaan pemasaran adalah bentuk proses manajemen dimana mengarah pada strategi pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran dan memastikan hal itu dilakukan melalui banyak proses. Untuk meraih tujuan tersebut, setiap perusahaan perlu terus berupaya menciptakan dan menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen, memberikan pelayanan yang menarik minat mereka, dan selalu berusaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dikutip dari situs *web NOW! Jakarta*, (Toffin Indonesia, 2024) Perusahaan penyedia produk dan jasa untuk industri hotel, restoran, dan kafe di Indonesia membagi perkembangan tren industri kopi di Indonesia ke dalam empat gelombang. Pembagian ini didasarkan pada momentum masuknya kedai-kedai kopi fenomenal ke dalam industri kopi di Indonesia. Gelombang Pertama kopi di Indonesia berlangsung dari tahun 1980-1990an. Pada gelombang ini, warung-warung kopi tradisional menjual kopi instan dari berbagai merek seperti Kapal Api dan ABC. Sementara itu, beberapa kafe modern seperti Dunkin' Donuts dan Excelso menyediakan kopi dalam bentuk siap minum. Gelombang kedua dimulai dari tahun 2001. Gelombang ini ditandai dengan masuknya kedai kopi waralaba internasional seperti Starbucks yang menjadi awal munculnya konsep *coffee shop* di Indonesia seperti sekarang. Berkat kedai-kedai kopi ini, sebut

*detik.com* (Novia Aisyah, 2021), masyarakat Indonesia mulai mengenal ragam jenis minuman kopi. Gelombang ketiga bermula dari tahun 2010. Pada gelombang ini, mulai bermunculan para pencinta kopi yang mengapresiasi perjalanan secangkir kopi yang mereka minum. Hal ini memunculkan istilah-istilah seperti *single origin* (biji kopi yang berasal dari satu sumber tunggal seperti satu perkebunan atau wilayah) dan *specialty coffee* (kopi dengan kualitas unggul yang dinilai dan dihargai karena karakteristik uniknya). Gelombang keempat dimulai dari tahun 2016. Gelombang ini ditandai dengan munculnya *coffee shop* dengan konsep *coffee-to-go*, yaitu menjual kopi siap minum yang diracik langsung di tempat untuk dibawa pulang. Tuku, Kopi Kenangan, Janji Jiwa, dan Fore adalah perintis kedai kopi dengan konsep seperti ini.

Pada era globalisasi saat ini telah membawa banyak perkembangan di dunia usaha yang semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya para pebisnis baru yang bermunculan. Adanya perubahan berdampak pada situasi ketidakpastian yang dapat mempengaruhi perusahaan. Para pelaku bisnis akan selalu berusaha mempertahankan kemampuannya agar bisnis mereka dapat bersaing untuk mencapai tujuan sesuai dengan yang diharapkan. Cara tersebut banyak digunakan oleh para pelaku bisnis agar usaha yang mereka jalankan tetap bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Sebuah bisnis didirikan dan juga dikelola untuk menghasilkan suatu produk yaitu berupa barang atau jasa, oleh karena itu diperlukan pemasaran yang baik agar barang atau jasa tersebut dapat mencapai prinsip pemasaran yang mengatakan bahwa tercapainya tujuan perusahaan tergantung pada seberapa baik perusahaan tersebut memahami kebutuhan dan keinginan para konsumen. Menurut (Aziez Herdian, 2022) dengan memahami kebutuhan dan keinginan para konsumen, akan memberikan masukan penting untuk merancang strategi pemasaran agar menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen.

Dengan perkembangan zaman modern ini, yang diikuti oleh sosial budaya dan teknologi, cafe merupakan salah satu usaha kuliner yang menjadi pilihan banyak orang. Bisnis cafe di Indonesia menjadi salah satu bisnis

yang menjanjikan dan mampu menarik perhatian masyarakat, seiring dengan gaya hidup masyarakat yang tinggi, terutama generasi muda milenial Türeli dkk., (2019). Pada umumnya cafe juga merupakan suatu usaha dibidang kuliner yang dikelola secara praktis dengan menawarkan tingkat pelayanan yang baik bagi para konsumen. Tidak hanya untuk tempat bersantai, cafe tentu banyak memberikan manfaat bagi para pengunjung yaitu sebagai tempat untuk menghilangkan kejenuhan dan kelelahan yang dialami oleh konsumen, manfaat lainnya yang ada pada cafe adalah dapat meningkatkan kreativitas dan produktivitas bagi konsumen karena adanya suasana yang tenang dan nyaman.

Saat ini maraknya usaha cafe yang ada di Nganjuk membuat para pelaku bisnis harus berfikir secara kreatif dan inovatif untuk menarik hati konsumen yang dapat menimbulkan kepuasan tersendiri bagi mereka. Dengan adanya situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antar cafe, seorang pelaku usaha tidak harus menjual produknya saja tetapi juga harus mempunyai kemampuan untuk memasarkan usahanya dengan baik, seperti memilih lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, dan juga pelayanan yang baik. Lokasi yang strategis akan sangat menguntungkan karena berpengaruh pada kepuasan konsumen. Seorang pelaku usaha harus dapat memahami selera dan perilaku masyarakat yang menjadi konsumen, ketika seorang pengusaha mampu meningkatkan kualitas pelayanan produk mereka, maka akan membuat konsumen cenderung untuk membeli kembali produk tersebut, kemudian akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen. kepuasan adalah faktor penting bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang, tujuan utama dari strategi ini adalah untuk memberikan pengalaman positif sehingga pelanggan puas terhadap produk dan layanan yang diberikan.

Lokasi adalah satu faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis, lokasi merupakan keputusan perusahaan dalam menentukan tempat usaha sebagai pusat operasional atau sebagai sarana distribusi barang dan jasa kepada konsumen (Tanjung 2020). Meskipun cafe jolotundo yang terletak di daerah Bajulan Nganjuk terbilang terpencil dan akses jalan

menuju cafe tersebut rusak dan berlubang tetapi para wisatawan tetap pergi berkunjung karena cafe jolotundo memiliki pemandangan alam yang indah dan sejuk. Bagi para pelaku usaha perlu menempatkan diri untuk memilih lokasi yang ideal, mengingat persaingan yang ketat dan semakin banyaknya para pebisnis baru yang berlomba-lomba untuk menarik minat dan keinginan konsumen Syahidin (2022). Lokasi tidak hanya dinilai dari seberapa jauh jarak tempat usaha dan seberapa strategis letaknya, tetapi juga dipengaruhi oleh kebersihan dan kenyamanan lingkungan tersebut. Lokasi yang strategis dan menarik secara estetis dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta memperkuat loyalitas terhadap merek. Lingkungan di sekitar lokasi juga berpengaruh pada kepuasan konsumen. Area yang bersih, aman, dan nyaman akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Sebagai seorang pelaku usaha perlu mempertimbangkan harga sebelum menjual suatu produk, harga menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan mereka untuk membeli produk tersebut Nawawi & Nasution (2022) hal itu sangat penting karena beberapa alasan seperti harga yang tepat dapat memengaruhi daya tarik tersendiri dan membantu menarik konsumen, Harga merupakan sesuatu yang dijadikan untuk pertukaran barang atau jasa oleh konsumen Riyono dan Budiharja (2020), harga yang ditetapkan harus mencakup biaya produksi dan operasional agar bisnis tetap menguntungkan. Menurut Harris (2022) harga adalah salah satu elemen utama yang memiliki dampak langsung pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Konsumen cenderung mulai merasakan manfaat dari produk yang mereka beli pada tingkat harga tertentu, walaupun pada cafe jolotundo harga yang ditawarkan lebih tinggi dari harga pasaran, dan harganya terbilang mahal, tetapi mereka akan merasa puas jika hal tersebut memberikan manfaat yang sebanding atau bahkan lebih tinggi daripada harga yang mereka bayarkan. Mempertimbangkan harga dapat membantu dalam mengelola ekspektasi pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan mereka. Harga merupakan sesuatu yang dijadikan untuk pertukaran barang atau jasa oleh konsumen. Karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan strategi harga yang tepat untuk mencapai kepuasan pelanggan. Penetapan

harga yang sesuai akan membantu meningkatkan persepsi nilai, daya beli, dan kualitas produk, serta mengurangi persaingan harga dengan competitor.

Dalam industri kuliner, kualitas pelayanan sering kali menjadi standar utama, karena pelayanan yang baik dapat menjadi strategi profit untuk menarik lebih banyak konsumen baru. Menurut Nanincova (2019) Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan merujuk pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, Perusahaan perlu menjadikan kualitas layanan sebagai fokus utama, layanan yang berkualitas dapat meningkatkan kebahagiaan pelanggan dan membuat mereka merasa yakin terhadap produk atau layanan yang diberikan Sa'dah & Munir (2020). Kualitas pelayanan merupakan seberapa baik perusahaan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, kualitas pelayanan bertujuan menciptakan pengalaman yang positif sehingga pelanggan merasa puas, dihargai, dan loyal terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Permasalahan yang terjadi di cafe jolotundo adalah kasir yang kurang ramah saat melayani konsumen dan konsumen menunggu pesanan yang lama, ketika perusahaan atau pengusaha mengabaikan faktor kualitas layanan, hal ini dapat menimbulkan masalah, yaitu konsumen tidak merasa puas, yang pada akhirnya dapat menurunkan angka penjualan (Azizun & Muhsin, 2020). Perusahaan harus terus meningkatkan kualitas pelayanan yang baik karena akan membantu membangun citra merek yang positif, serta meningkatkan loyalitas konsumen, memiliki karyawan yang kompeten dan ramah, serta pelayanan yang responsif dan efisien, dapat membuat konsumen merasa dihargai dan puas dengan produk atau layanan yang diberikan.

Alasan saya memilih Cafe Jolotundo sebagai tempat penelitian karena Cafe tersebut sedang viral dan menjadi perbincangan di media sosial . Selain itu, saya merupakan orang pertama yang melakukan penelitian ditempat tersebut. Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat gap research yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan persepsi harga berpengaruh secara parsial, akan tetapi lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan

bahwa lokasi, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Maka, peneliti tertarik melakukan penelitian ini kembali dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Jolotundo Nganjuk”**. Penulis mengambil penelitian ini di Plakat, Bajulan, Kecamatan Loceret, Kabupaten Nganjuk Jawa Timur.

## **B. Rumusan Masalah**

Lokasi, harga, dan pelayanan memiliki peranan yang sangat penting dan umumnya memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk, harga, dan pelayanan seiring dengan perkembangan zaman saat ini. Dari penjelasan tersebut, muncullah keinginan untuk mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk?
3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk?
4. Apakah lokasi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yakni untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk?
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk?
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk?
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk?

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Ilmu

- a. Penelitian dapat memperluas pengetahuan dan pemahaman mengenai suatu fenomena atau masalah, sehingga berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat menguatkan teori tentang lokasi, harga, dan pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

### 2. Manfaat Bagi Perusahaan

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan saran kepada pihak manajemen dalam menentukan langkah-langkah yang tepat untuk mengembangkan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.
- b. Perusahaan diharapkan dapat membantu memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen dan juga mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dalam pelayanan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziez Herdian, R., Rakhmat, C., & Suci Putri Lestari. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.57151/jeko.v1i2.32>.
- Fauzia Rahmandika, Y., Pr, L., Purwanto, H., & Boyolali, U. (2020). *ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN Survei pada Konsumen Biro Pariwisata Kencana Tour di Simo Boyolali*. 8(1).
- Ghozali, Prof. H. I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Kaharuddin, R., Dinar, M., & Ihsan Said, M. (2022). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. 16. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i2.33931>.
- Mesak Yamres Awang, Theresia Lounggina Luisa Peny, Elia Maruli, & Ferdinand Romelus Anigomang. (2022). X1,X2,X3 Berpengaruh. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8, 767–778.
- Novia Aisyah. (2021). *Hari Kopi Sedunia, penemu, dan sejarah masuk ke indonesia*. Nuran Wibisono. (2023). *Kopi Susu Kekinian: Diantara Dana Besar, Modal Ventura, dan Tren*.
- Pio, J., Ch Mamuaya, N., & Angmalisang, S. (n.d.). *PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPI JANJI JIWA JILID 667 TOMOHON*. 6(3), 2022.
- Toffin Indonesia. (2024). *Toffin Indonesia: Mengenal sejarah dan perkembangannya*.
- V. Wiratna Sujarweni. (2024). *Metodologi penelitian*.
- Wijaya, W. R. B., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). admin-dinasti,+FIX+EDIT+Jurnal+Skripsi+Wilibrodus+R.B.+Wijaya+(30+Juli+2023). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1, 82–91.