

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE BEJOS MILK

^{1a}Rio Angga Firmansyah, ^{2b}Indra Jaya

^{ab} Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Rioangga2911@gmail.com

Abstract

This study aims to find out how consumer lifestyles affect the rise of coffee shops in the perspective of price, service quality, facilities and location towards customer satisfaction at the Bejos Milk cafe. Where the target of this research is the customers who come to the bejos milk cafe. The research method is descriptive qualitative through observation, interviews and documentation.

The results of the study show that consumers like to spend time at the Coffee Shop where activities that reflect a lifestyle such as hanging out with friends, chatting, discussing work, doing college and school assignments. This phenomenon that occurs is evidence of an interest not only in the taste of food or drinks sold at the Coffee Shop, but the Coffee Shop has other attractions, such as the comfortable place and the facilities provided that make consumers very happy to linger at the Coffee Shop. As long as it does not lead to hedonism, these lifestyle symptoms can be assessed as a symptom and a normal response from young people to this phenomenon.

Keywords: *Shop; Coffeeshop; Consumer; Service; Quality*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup konsumen terhadap maraknya coffee shop dalam perspektif harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di cafe bejos milk. Dimana sasaran penelitian ini adalah para pelanggan yang datang ke cafe bejos milk. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* dimana sampel di peroleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden lain nya.

Hasil penelitian menunjukkan konsumen senang menghabiskan waktu di Coffee Shop dimana aktivitas yang menunjukkan suatu gaya hidup (lifestyle) seperti nongkrong, (hang out) bersama teman, mengobrol, diskusi mengenai pekerjaan, mengerjakan tugaskuliah dan tugas sekolah. Fenomena yang terjadi ini merupakan bukti adanya ketertarikan tidak hanya terhadap rasa makanan ataupun minuman yang di jual di Coffee Shop tetapi Coffee Shop memiliki daya tarik lain, seperti nyamannya tempat serta fasilitas yang disediakan sehingga membuat konsumen sangat senang berlama-lama di Coffee Shop. Sepanjang tidak menjurus kepada hedonisme, gejala gaya hidup tersebut dapat dinilai sebagai suatu kejadian respon yang normal dari para anak muda terhadap fenomena tersebut

Keywords: *Kedai; Coffeeshop; Konsumen; Pelayanan; Kualitas*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat yang ditandai dengan semakin masifnya pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam menunjang kegiatan usaha, salah satunya yaitu bisnis kedai kopi (coffee shop). Banyaknya bisnis coffee shop di Indonesia membuat persaingan menjadi kuat dan saling berkompetisi dalam merebut pasar konsumen serta menarik konsumen tersebut agar melakukan pembelian. Coffee shop saat ini telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya (Kotler, 2002). Gaya hidup inilah yang nantinya akan menjadi identitas dari kepribadian seorang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai sebuah produk atau jasa berdasarkan kualitas, manfaat promosi yang diberikan, tetapi mereka juga menginginkan suatu komunikasi dan kegiatan pemasaran yang memberikan sensasi, menyentuh hati mereka, serta sesuai dengan gaya hidup mereka.

Era globalisasi suatu perubahan cuaca yang melanda seluruh dunia. Keadaan dunia saat ini tentuberbeda dengan keadaan terdahulu.Perubahan tersebut sewajarnya juga terjadi dengan pola hidupmasyarakatnya di kemudian hari. Modernisasi telah banyak merubahkehidupan pada zaman ini perkembangan kebutuhan hidup manusia yangdipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalamiperubahan dari waktu ke waktu. Kemajuan ilmu pengetahuan danteknologi juga menandakan pengaruh yang cukup tinggi terhadap perubahansosial, ekonomi, dan sosial budaya di tengah masyarakat.

Menurut Donni Juni Priansa dalam Prilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer (2017). Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (lifestyle). Gaya hidup (life style)merupakan gaya hidup yang berkaitan dengan bagaimana seseorangmenghabiskan waktunya, untuk apa yang penting pertimbangkan padaminat dan lingkungannya, dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar.

Saat ini, mejamurnya kafe mulai jadi fenomena sehari-hari.Melalui beragam penyebutan, seperti Coffee Shop, bahkan kafe sekalipunkian merebak di berbagai kalangan. Maraknya kafe tersebut jugadibarengi dengan tema dan tujuan tertentu. misalnya, beragam konsepdengan live music,su terjangkaunya harga, hingga sajian menu dengannuansa tradisional sampai modern seakan menjadi daya tarik tersendirihususnya bagi anak muda.Kafe masih menjadi andalan bagi para anak muda khususnya diKota Metro. Hal ini dapat dilihat dari fenomena menjamurnya kafe di KotaMetro. Di kota Metro eksistensi kafe mulai diperhitungkan bagi anak-anakmuda khususnya mahasiswa. Umumnya, kafe di sini sebagai tempatbertatap muka, baik itu dengan keluarga, teman ataupun rekan bisnis.Tidak dipungkiri, pembuktian ini kian berpengaruh terhadap kehidupananak-anak muda di Kota Metro ini seperti nongkrong dan hangout. Kiniorang pergi ke coffee shop tidak hanya untuk mencicipi makanan atauminuman khasnya, melainkan untuk nongkrong dan bersantai dengankelompoknya. Tak jarang kini di Kota Metro banyak terdapat Coffee Shopdengan konsep yang berbeda-beda.Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil data Coffee ShopKota Metro yang berada di Jl. AH Nasution, Yosodadi, MetroTimur, Kota Metro, Lampung.

Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil data Coffee Shop Kota Metro yang berada di Jalur Pendidikan Kota Metro yang biasa dikunjungi oleh konsumen. Di bawah ini merupakan data beberapa kafe yang berada di Jalur Pendidikan Kota Metro. Berikut adalah Data Beberapa *CoffeeShop* atau kafedi Kota Metro yang sering di kunjungi konsumen pada saat libur/waktu senggang.

NO	COFFEE SHOP	ALAMAT
1	<i>Brown Coffee</i>	Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
2	<i>WarunkViral</i>	Jl. Ahmad Yani No.8, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
3	<i>Reumoh Kopi</i>	Jl. Ahmad Yani No.29, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
4	<i>EddyLaw Coffee</i>	Jl. Ki Hajar Dewantara, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
5	<i>KayuWatu Foodcourt & Cafe</i>	Jl. Ki Hajar Dewantara Gang Teladan, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
6	<i>Mama Cafe & Resto</i>	di Jl. Pala No. 88, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
7	<i>Cafe Violin Garden</i>	Jl. Terong Kampus No. 41, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
8	<i>Cafe KeCe</i>	Jl. Tongkol No.14, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
9	<i>Bejo's Milk</i>	Jl. AH Nasution, Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
10	<i>Mr. Bob 02 & Jhonie Blank</i>	Jl. AH Nasution No. 142, Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
11	<i>Green Cafe</i>	Jl. Ki Hajar Dewantara, RT 18 RW 8, 15A, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
12	<i>Flava Metro- rink & Munchies</i>	Jl. Ki Hajar Dewantara No.67, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
13	<i>Susi Cafe & Resto</i>	Jl. Ahmad Yani, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
14	<i>Belva Cafe</i>	Jl. AH Nasution, Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
15	<i>Papaben Donuts and Coffee</i>	Jl. Seminung, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung

16	<i>Living Room Laundry & Cafe</i>	Jl. Ahmad Yani No. 52, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
17	<i>D'Moms Cafe</i>	Jl. Seminung, No. 26, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
18	<i>Mabes Cafe</i>	Jl. AH Nasution, No. 151, Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
19	<i>Kedai Sumpit</i>	Jl. Ahmad Yani, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
20	<i>Warkop's</i>	Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
21	<i>SunnyCoffee</i>	Jl. AH Nasution, No. 86, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung
22	<i>Gelato Cafe</i>	Jl. Ahmad Yani, Yosorejo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung

Tabell.1 Data Beberapa CoffeeShop atau kafedi Kota Metro

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa peminat konsumen untuk sekedar menghabiskan waktu di kota metro sangat lah banyak karena generasi milenial lebih mementingkan kenyamanan dan kepuasan pelayanan maupun fasilitas yang diberikan coffe shop kepada para konsumen tersebut. Dan dengan rangkaian acara yang sangat menarik dapat membuat konsumen menjadi pelanggan di coffe shop atau cafe tersebut.

Selain ramai dikunjungi mahasiswa kelebihan-kelebihan coffe shop tersebut adalah desain interiornya yang unik dan menarik, tersedianya wifi yang cukup lancar, menu minuman dan makanan yang beraneka ragam dan rasanya yang enak-enak, harga standar, pelayanannya yang ramah dan lumayan cepat, lokasinya yang strategis dan masih banyak kelebihan yang lainnya sehingga cafe tersebut paling banyak di minati mahasiswa.

2. KERANGKA TEORI

Menurut Kotler (2001), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Penentuan Harga perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan dipahami pelanggan. Jika harganya ternyata lebih tinggi dari pada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba, jika harganya ternyata terlalu rendah dari pada nilai yang diterima, perusahaan tersebut tidak akan berhasil menuai kemungkinan memperoleh laba (Benyamin Molan, 2005).

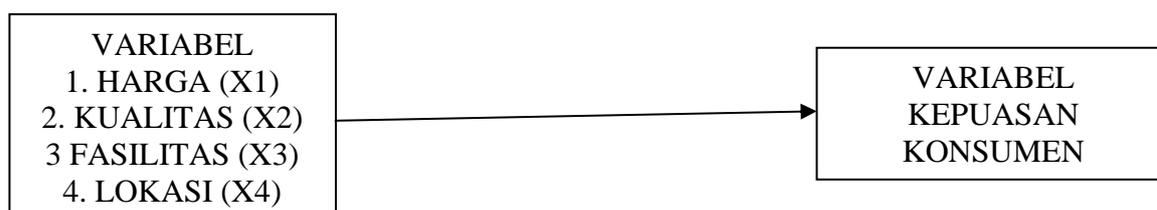
Analisis pengaruh harga dalam tingkat ini dapat mempengaruhi dalam pelayanan fasilitas dan kualitas yang diterima konsumen. Semakin harga tinggi maka semakin baik dalam menyediakan konsumen baik dari makanan/minuman, pelayanan yang amat baik dan fasilitas yang sangat terbaik untuk kenyamanan konsumen.

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Fasilitas adalah segala hal yang dapat memudahkan suatu produk untuk dipasarkan, Philip Kotler (2001). Fasilitas juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk pembelian manfaat dai perusahaan kepada konsumen pengguna yang diberikan atas dasar pembayaran sejumlah uang.

Menurut Ujang Suwarman (2004:280), "lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja". Sedangkan pengertian lokasi menurut Kasmir (2009:129) yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang- barang dagangannya

Menurut kotler dan keller dalam donni juni priansah (2017: p.196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil)n yang diharapkan.



Gambar 1 Kerangka Penelitian

3. METODOLOGI

Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (Field Research). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut. Penelitian lapangan di sini adalah penelitian yang akan dilakukan Coffee Shop di Kota Metro yaitu bejos milk. yaitu pada pengunjung Coffee Shop tersebut yang masuk dalam kategori konsumen dan remaja di kota metro.

Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini terfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Menurut Husein Umar, deskriptif adalah menggambarkan sifat suatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Sedangkan Pendekatan kualitatif yaitu data yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka.

Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana konsumen muda yang terjadi dalam Coffee Shop di Kota Metro.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Snowball Sampling. Teknik *Snowball Sampling* (bola salju) adalah metode sampling dimana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lainnya. Teknik pengambilan sampel yang mula-mulanya kecil, kemudian sampel ini menyuruh teman-temannya untuk dijadikan sampel. Begitu seterusnya sehingga sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama semakin membesar.

Dalam hal ini penentuan sampel, pertama-tama peneliti memilih owner atau bisa juga pegawainya. Tetapi karena merasa belum lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data. Dalam hal ini ialah pengunjung Coffee Shop yang sering mengunjungi kafe tersebut yang kemudian dari satu informan tersebut merekomendasikan teman-teman yang suka bahkan sering mengunjungi kafe untuk dijadikan informan selanjutnya. Begitu seterusnya hingga data yang dibutuhkan sudah merasa lengkap.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan observasi Coffee Shop bejos milk di Kota Metro pada Bulan April 2023. Observasi ini dilakukan pada jam dan hari yang berbeda-beda, peneliti mengunjungi kafe selama berjam-jam dan mengamati secara seksama mengenai aktivitas yang terjadi di dalam kafe. Selama proses observasi peneliti berusaha untuk ikut berinteraksi dengan pengunjung kafe, sehingga peneliti berhasil mengidentifikasi aktivitas gaya hidup anak muda yang terjadi di Coffee Shop, dimana pada setiap sore menjelang malam jumlah pengunjung kafe jauh lebih banyak dibandingkan pada siang hari, kecuali pada saat akhir pekan pengunjung Coffee Shop akan lebih ramai dibandingkan pada saat hari biasa. Berikut ini akan dipaparkan secara jelas mengenai hasil wawancara dan observasi selama melakukan kegiatan penelitian di Coffee Shop Kota Metro.

Dalam penelitian ini, peneliti telah mengamati aktivitas yang dilakukan pengunjung Coffee Shop, juga peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui ketertarikan seseorang terhadap sesuatu dan juga ikut berinteraksi dengan pengunjung sehingga peneliti dapat mengetahui mengenai pandangan terhadap fenomena Coffee Shop di Kota Metro.

Beberapa informan yang peneliti wawancarai merupakan mereka yang sering mengunjungi kafe tersebut bahkan seminggu bisa berulang kali. Informan yang diambil berasal dari teknik sampling Snowball yaitu rekomendasi dari informan yaitu ayub, yudha, devangga, egis, ali, panggi, dona, dan clara.

Berikut ini pemaparan beberapa penggemar Bejos milk ayub, yudha, devangga, dan egis, mengungkapkan hal yang serupa bahwa menurut mereka, mereka datang ke kafe bukan cuman karena rasa makanan atau minumannya tapi memang suasana kafanya nyaman, cozy dan fasilitas sebanding dengan harga. Karena harga tidak menjadi masalah dikarenakan rasa nyaman dengan kualitas pelayanan terbaik. Selain itu berbincang dengan teman sejawat di bejos milk dapat mempererat silaturahmi dikarenakan mereka semua sudah wisuda dan jarang untuk bertemu.

Lalu ali, panggi, dona, dan clara. juga mengatakan bahwa coffee shop mempunyai Tempat yang nyaman untuk ngobrol sehingga bikin betah orang kalau datang dan fasilitasnya juga mendukung, suasana tempatnya enak, ada wifi gratis, serta tempatnya cocok banget buat foto-foto. Hal ini jadi kepuasan tersendiri untuk mereka.

Dari pemaparan di atas mengenai kesenangan mereka mengunjungi kafe shop bejos milk di Kota Metro dapat disimpulkan bahwa Coffee Shop Kota Metro adalah tempat yang tepat untuk menikmati minuman atau makanan, tetapi tidak hanya mengenai rasanya yang mempunyai ciri khas tetapi Coffee Shop juga menawarkan kenyamanan tempat bagi para pengunjungnya. Dilihat dari segi fasilitas, cafe memang mempunyai sambungan internet wifi yang bisa dengan bebas digunakan pengunjung sehingga pengunjung dapat leluasa mengakses internet ataupun menyelesaikan tugas kuliah atau sekolahnya di cafe. Di samping itu pelayanan yang ramah dan baik terhadap konsumen membuat Coffee Shop di kota metro menjadi semakin diminati oleh anak muda.

Untuk segi harga dan kualitas pelayanan, fasilitas, serta lokasi terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dikatakan balance menurut mereka dikarenakan sesuai dengan apa yang di dapatkan di coffe shop tersebut.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang di lakukan di Coffee Shop bejos milk di Kota Metro, peneliti menemukan hasil mengenai fenomena gaya hidup anak muda di Coffee Shop dimana aktivitas yang menunjukkan suatu gaya hidup anak muda pun sangat beragam dilakukan di tempat tersebut seperti nongkrong (hang out) bersama teman, mengobrol, diskusi mengenai pekerjaan, mengerjakan tugas kuliah dan tugas sekolah. Selanjutnya dalam hasil penelitian juga ditemukan fenomena budaya nongkrong anak muda. Dalam hasil penelitian menunjukkan mahasiswa Kota Metro sangat senang nongkrong di cafe, hal ini merupakan bukti adanya ketertarikan tidak hanya rasa makanan ataupun minuman yang di jual di cafe tetapi Coffee Shop memiliki daya tarik lain, seperti wifi gratis, nyamannya tempat serta fasilitas yang disediakan sehinggamenyebabkan anak muda sangat senang berlama-lama di Coffee Shop. Sepanjang tidak menjurus kepada hedonisme, gejala gaya hidup tersebut dapat dinilai sebagai suatu gejala dan respon yang normal dari para anak muda terhadap keadaan dan tuntutan hasrat dirinya terhadap sesuatu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulisan karya tulis ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu tugas seminar pemasaran pada Fakultas ekonomi dan bisnis, institut informatika dan bisnis darmajaya. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, cukup sulit bagi saya untuk menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.

Oleh sebab itu saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr ANGGALIA WIBASURI S.Kom., M.M., Apt selaku Dosen seminar pemasaran pada Fakultas ekonomi dan bisnis, institut informatika dan bisnis darmajaya
2. Ucapan terima kasih memuat apresiasi yang diberikan oleh penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam penelitian, baik dalam bentuk support dana, perizinan, konsultan, maupun membantu dalam pengambilan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia Dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2
- Donni Juni Priansa., 2017., *Perencanaan Dan Pengembangan Sdm*, Alfabeta, Bandung.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Kotler Dan Armstrong, Yudhi. 2008. " Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio". *Jurnal Emba*. Vol. 1, No.3, Juni.
- Kotler Dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Molan, Benjamin, A. Rusli. (2002). *Manajemen Pemasaran (Jilid 2 Edisi Millenium)*, Jakarta: Perihalindo
- Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
-