

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Sejarah Singkat Moeda Coffee**

Moeda Coffee berdiri resmi pada tanggal 8 November 2021 yang didirikan oleh seorang pemuda berumur 22 tahun yang bernama Oscarmalik. Beliau adalah seorang pendiri sekaligus pemilik dari coffeeshop tersebut. Nama Moeda Coffee dipilih oleh Oscarmalik karena konsep tempat dari Moeda Coffee sendiri adalah konsep industrial modern dan bernuansa jiwa kawula muda. Dengan mempunyai konsep yang modern dan bernuansa jiwa kawula muda, oleh karena itu Oscarmalik menamakan “Moeda Coffee” untuk bisnis coffeeshopnya. Alasan beliau memilih lokasi Jl. Raya Pekayon No.27 RT.004 RW.001, Pekayon Jaya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi yaitu karena lokasinya yang tidak jauh dari tempat tinggal Oscarmalik itu sendiri, juga lokasi tersebut adalah lokasi yang kawasannya anak-anak muda gaul di Kota Bekasi yang suka berkumpul bersama teman-temannya. Jumlah karyawan Moeda Coffee berjumlah 5 orang yang setiap harinya di bagi dua shift pagi dan sore, mereka buka dari jam 09.00 pagi hingga jam 23.00 malam.

#### **1.1.2 Visi dan Misi**

##### **Visi**

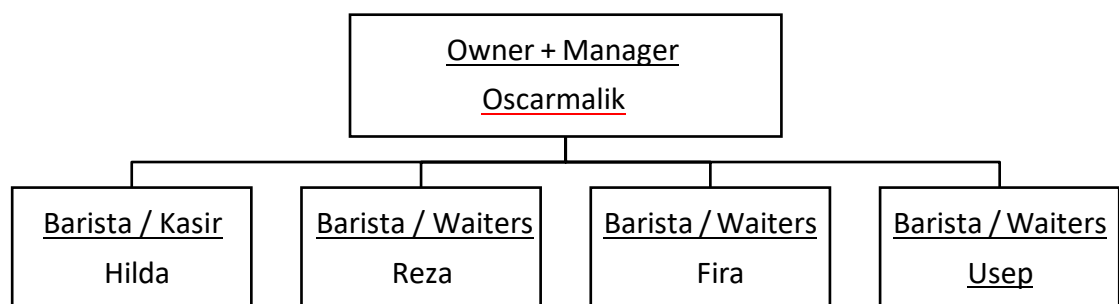
Menjadikan Moeda Coffee sebagai tempat dan rasa untuk dikenang bagi para pelanggan, dengan memberikan pelayanan yang terbaik, produk yang berkualitas serta tempat yang nyaman, sehingga menjadikan Moeda Coffee sebagai pilihan utama.

##### **Misi**

- Berkomitmen untuk membentuk tim yang solid dan dapat melayani secara profesional serta mempunyai etika bisnis yang baik.
- Menjaga standarisasi dalam menyediakan makanan dan minuman yang lezat dan bervariasi dan higienis dengan harga yang bersaing.

- Menciptakan atmosfer yang natural dan relax dengan fasilitas-fasilitas yang menunjang demi kenyamanan pelanggan.
- Kami berkeyakinan bahwa kepuasan pelanggan, adalah kunci untuk keberhasilan dalam memperoleh keuntungan, mempertahankan keberadaan dan mencapai pertumbuhan.

### 1.1.3 Struktur Organisasi



**Gambar 1. 1 Struktur Organisasi**

Sumber: *Owner Moeda Coffee*

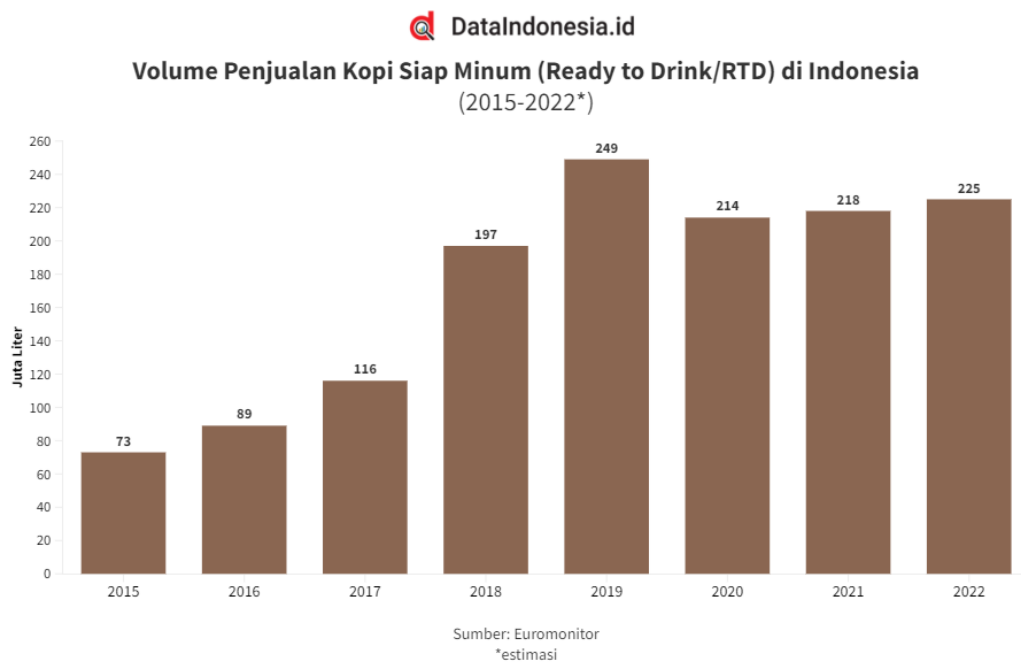
## 1.2 Latar Belakang

Pada era sekarang ini bangsa Indonesia sedang menghadapi terbentuknya perdagangan bebas. Dalam perdagangan bebas, semua pelaku usaha khususnya usaha kuliner akan bersaing dan mencapai pertumbuhan yang sangat pesat dan dinamis akibat dinamika peluang dan persaingan yang dihadapi di dunia, baik skala lokal maupun nasional. Pengaruh budaya global terhadap budaya lokal juga merupakan serangan terhadap identitas suatu negara, contoh gaya hidup langsung masyarakat yang terwujud dalam dunia makanan cepat saji.

Belakangan ini kedai kopi dan gerai makanan cepat saji menjadi tren gaya hidup hampir setiap kalangan masyarakat, baik di sekolah sepulang sekolah, di kampus di sela-sela jam sekolah bahkan di kantor sepulang kerja. Sudah menjadi hobi di kota-kota besar seperti Jakarta, Jogjakarta, Malang, Bekasi dan kota-kota

lain di Indonesia. Apalagi jika harga makanan murah dan enak. Semakin tingginya daya beli masyarakat, cafe dan restoran cepat saji semakin kebanjiran pembeli. Lokasi yang strategis, harga murah, tempat yang nyaman, menu minuman dan makanan yang variatif, menjadikan cafe atau resto menjadi salah satu tempat nongkrong favorit masyarakat saat ini.

**Tabel 1. 1 Data Konsumsi Kopi Nasional di Indonesia**



Sumber: DataIndonesia.id (2022)

Data diatas merupakan jumlah konsumsi kopi nasional yang mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Hal ini tentu menunjukkan bahwa peluang untuk membuka gerai kopi meningkat pula. Bekasi dikenal dengan kota yang mempunyai berbagai jenis tempat jajanan dan tempat berkumpul bersama teman yang beraneka, hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya usaha-usaha yang diciptakan khususnya usaha kuliner yang semakin berkembang pesat. Banyaknya gerai kopi baru yang bermunculan di Kota Bekasi membuat *cafe* dijadikan tempat yang sangat diminati. Belakangan ini bisnis kuliner menjadi salah satu pilihan investasi yang cukup menggiurkan, berwirausaha di bidang kuliner semakin banyak dilirik oleh investor, terutama di kota- kota seperti Bekasi, yang merupakan kota dengan kuliner yang beraneka ragam.

Namun untuk bisa bersaing dalam usaha kuliner yang sangat banyak pesaingnya ini, perusahaan –perusahaan khususnya cafe harus mampu memberikan kepuasan kepada setiap pelanggan yang datang baik dari segi fasilitas, produk yang ditawarkan, maupun kualitas pelayanan yang diberikan. Karena jika pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan cafe tersebut, pelanggan akan bersikap loyal dan akan membicarakan hal-hal positif kepada teman-temannya terhadap cafe tersebut.

Loyalitas pelanggan sangatlah penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan, dalam konteks persaingan komersial yang semakin ketat saat ini. Salah satu keunggulan strategis perusahaan terkait pentingnya loyalitas pelanggan adalah imbalan atas loyalitas yang kumulatif dan bertahan lama. Loyalitas pelanggan dapat diraih apabila telah memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, yang sesuai dengan harapan pelanggan atau bahkan melebihi dari harapan pelanggan. Kualitas pelayanan bagi perusahaan adalah kunci yang membedakan pelayanan suatu perusahaan dengan pesaingnya, sehingga kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan dan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini sangat terkait erat dengan layanan (service) baik sebelum atau sesudah layanan itu diberikan kepada pelanggan serta hubungan dan interaksi yang baik kepada pelanggan. Oleh karena itu, pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin suatu ikatan yang kuat dengan perusahaan. Sebaliknya apabila pelayanan buruk maka reputasi perusahaan akan turun.

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan

sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil Kepuasan Konsumen. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Kemudian, harus pandai memilih lokasi yang strategis dan nyaman agar lebih menguntungkan bisnis tersebut. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih restoran maupun café, yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.

Menurut [pergikuliner.com](http://pergikuliner.com) pada tahun 2021, Moeda Coffee menjadi salah satu UMKM *coffeeshop* di Bekasi yang mempunyai Bar kopi *proper*, alat mesin kopi yang sangat *proper*, dan mempunyai cita rasa khas dari *signature coffeenya*. Karena itu Moeda Coffee menjadi objek penelitian ini. Alasan memilih Kota Bekasi, karena Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pertumbuhan ekonomi (UMKM) di Kota Bekasi terus tumbuh, pada tahun 2021 tercatat ekonomi Kota Bekasi berada di angka 3,22 persen, sedangkan pada tahun 2022 tercatat di

angka 4,9 persen. Angka itu, lebih baik dibandingkan ketika awal pandemi tahun 2020, dimana pertumbuhan ekonomi di Kota Bekasi justru minus 2,55 persen.

Moeda Coffee yang berada di Kota Bekasi Kecamatan Bekasi Selatan Kelurahan Pekayon Jaya, berada tepat di pinggir jalan raya yang sangat mudah di akses. Dengan suasana yang modern dan bagus, meskipun lokasinya di tengah-tengah Kota Bekasi yang padat, akses menuju lokasi sangat mudah di akses dan di jangkau oleh pelanggan. Moeda Coffee menjadi tempat santai yang sangat digemari, dan tempat ini sangat cocok untuk suasana *work from coffeeshop* ataupun mengerjakan tugas. Moeda Coffee memiliki jumlah transaksi yang fluktuatif tiap bulannya, terlihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1. 2 Jumlah Transaksi Moeda Coffee Januari 2022 – Desember 2022**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Transaksi</b>
Januari	1201
Februari	976
Maret	881
April	1143
Mei	1306
Juni	758
Juli	732
Agustus	1128
September	1059
Oktober	1150
November	1167
Desember	1194
<b>Jumlah</b>	<b>12.695</b>

Sumber : Dokumentasi Moeda Coffee Tahun 2022

Jumlah transaksi tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa Moeda Coffee memiliki jumlah pengunjung tiap bulannya cukup tinggi. Terutama pada bulan-bulan tertentu seperti bulan libur sekolah dan akhir tahun peningkatan pengunjungnya lebih tinggi dari bulan biasanya.

Saat melakukan penelitian di Moeda Coffee, peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada tiga orang pengunjung yang sudah lebih dari 3 kali berkunjung ke Moeda Coffee guna mengetahui pendapat mereka tentang kelebihan dan kekurangan dari Moeda Coffee. Dari beberapa pelanggan yang berkunjung ke Moeda Coffee.

**Tabel 1. 3 Kelebihan Moeda Coffee**

<b>Nama</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Pernyataan</b>
Saddam	Mahasiswa	Pelayanan cukup baik, tempatnya nyaman, bersih dan kopinya enak.
Julang	Mahasiswa	Nyaman untuk berkumpul bersama teman, toiletnya bersih.
Farhan	Mahasiswa	Mempunyai musholla yang nyaman dan tempatnya cocok untuk mengerjakan tugas.

Sumber: Wawancara Pelanggan Moeda Coffee (2023)

**Tabel 1. 4 Kekurangan Moeda Coffee**

<b>Nama</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Pernyataan</b>
Saddam	Mahasiswa	Mempunyai lahan parkir yang tidak begitu luas terutama bagi pengendara mobil dan area lokasi cukup padat apalagi hari libur.
Julang	Mahasiswa	Untuk yang cukup mengganggu adalah bau asap rokok yang tembus ke ruangan tidak merokok di lantai bawah.
Farhan	Mahasiswa	Jaringan wifi yang sering berkendala, harga untuk wilayah Bekasi cukup over price bagi

		menengah kebawah, dan pelayanan cukup lama saat kondisi ramai.
--	--	--

Sumber: Wawancara Pelanggan Moeda Coffee (2023)

Dari hasil wawancara peneliti terhadap pelanggan di Moeda Coffee dapat disimpulkan bahwa Moeda Coffee memiliki tempat yang nyaman untuk beraktivitas, seperti berkumpul bersama teman atau berdiskusi. Untuk kualitas pelayanan sendiri, ada pengunjung yang menganggap bahwa pelayanan sudah baik, namun ada juga yang beranggapan pelayanan kurang baik, karena pesanan datang cukup lama yang mana hal ini biasa saja terjadi saat kondisi di akhir pekan yang cukup ramai. Ada hal-hal lain yang perlu tingkatkan dari Moeda Coffee sendiri adalah kelancaran jaringan WiFi yang tersedia, lahan parkir yang perlu ditingkatkan, dan gangguan asap rokok yang menembus ke ruangan tidak merokok.

Untuk itu Moeda Coffee harus memberikan pelayanan yang sifatnya memuaskan pelanggan untuk mendapat loyalitas pelanggan, serta perlu disusun rencana strategis. Selain itu Moeda Coffee hendaknya mawas diri, mawas diri dimaksud di sini adalah mengkaji hal-hal apa saja yang harus dipersiapkan perusahaan agar pelanggan menjadi loyal sebelum perusahaan menentukan tujuan dan menggariskan tindakan untuk pencapaian tujuan, walaupun Moeda Coffee telah mencari tahu keluhan pelanggan dengan memberikan comment card kepada setiap pelanggan yang datang, hal itu masih kurang karena masalah utama yang harus dikoreksi dan diperbaiki adalah kualitas sumber daya manusianya yaitu karyawan itu sendiri dan semua hal yang menyangkut Kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen di Moeda Coffee mencerminkan kombinasi antara kenyamanan tempat yang memungkinkan pelanggan untuk beraktivitas sosial dan berdiskusi dengan teman, serta pelayanan yang umumnya baik meskipun dengan beberapa tantangan seperti waktu tunggu pesanan saat akhir pekan. Meskipun sudah memiliki basis kunjungan yang baik, Moeda Coffee dapat terus meningkatkan pengalaman pelanggan dengan berfokus pada aspek-aspek tersebut.

Dalam berbisnis kuliner, khususnya restoran maupun cafe, yang perlu diperhatikan yaitu bukan hanya soal rasa, tetapi juga keunggulan produk,



pelayanan, dan harga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh para pengusaha restoran maupun cafe. Urusan rasa, itu sudah menjadi hal mutlak.

Keunggulan lain yang harus ditonjolkan misalnya penyajian makanan dan minuman yang menarik, promosi yang menggiurkan, dan beberapa hal lainnya (Rahayu, 2018). Konsep pemasaran sudah mulai difokuskan untuk memberikan kepuasan pada konsumen sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dan menjadikan bisnis kuliner sebagai kebutuhan pokok bagi setiap orang (Susanto, 2019).

Guna memperkuat penelitian, peneliti membuktikan dengan *pra-survey* terhadap 30 orang yang pernah membeli Kopi di Moeda Coffee:

**Tabel 1. 5 Pra-Survey Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	
1	Pelayan Moeda Coffee memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian.	0	0	13	17	0	30
		0%	0%	43,3%	56,7%	0	100%
2	Pelayan Moeda Coffee bersikap yang ramah pada konsumen.	0	0	14	15	1	30
		0%	0%	46.7%	50%	3.3%	100%

Tabel 1.5 adalah hasil pra-survey variabel Kualitas Pelayanan Moeda Coffee kepada 30 responden.

Berdasarkan data diatas, menyatakan sebagai berikut:

1. Sebanyak 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 43.3% cukup setuju, 56.7% setuju dan 0% sangat setuju pada pernyataan Pelayan Moeda Coffee memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian Dari hasil diatas menyimpulkan sebagian besar responden memilih **setuju**.
2. Sebanyak 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 46.7% cukup setuju, 50% setuju dan 3.3% sangat setuju pada pernyataan Pelayan Moeda Coffee bersikap yang ramah pada konsumen. Dari hasil diatas menyimpulkan sebagian besar responden memilih **setuju**..

Dari dua poin pernyataan diatas peneliti menyimpulkan bahwa Sebagian besar responden merasa pelayanan pada Moeda Coffee sudah dapat terbilang baik.

**Tabel 1. 6 Pra-Survey Harga**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	
1	Harga yang ditawarkan di Moeda Coffee terjangkau.	0	1	19	9	1	30
		0%	3.3%	63.3%	30%	3.3%	100%
2	Harga sesuai dengan kualitas rasa.	0	0	13	17	0	30
		0%	0%	43.3%	56.7%	0%	100%

Berdasarkan data diatas, menyatakan sebagai berikut:

1. Sebanyak 0% sangat tidak setuju, 3.3% tidak setuju, 63.3% cukup setuju, 30% setuju dan 3.3% sangat setuju pada pernyataan Harga yang ditawarkan di Moeda Coffee terjangkau. Dari hasil diatas menyimpulkan sebagian besar responden memilih **setuju**.
2. Sebanyak 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 43.3% cukup setuju, 56.7% setuju dan 0% sangat setuju pada pernyataan Harga sesuai dengan kualitas rasa.. Dari hasil diatas menyimpulkan sebagian besar responden memilih **setuju**..

Dari dua poin pernyataan diatas peneliti menyimpulkan bahwa Sebagian besar responden merasa harga pada Moeda Coffee sudah dapat menyesuaikan dengan keinginan konsumen.

**Tabel 1. 7 Pra- Survey Lokasi**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	
1	Lokasi mudah dijangkau sarana transportasi umum.	0	0	11	19	0	30
		0%	0%	36.7%	63.3%	0%	100%
2	Kondisi jalan menuju Moeda Coffee bagus.	0	0	12	17	1	30
		0%	0%	40%	56.7%	3.3%	100%

Berdasarkan data diatas, menyatakan sebagai berikut:

1. Sebanyak 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 36.7% cukup setuju, 63.3% setuju dan 0% sangat setuju pada pernyataan Lokasi mudah dijangkau sarana transportasi umum. Dari hasil diatas menyimpulkan sebagian besar responden memilih **setuju**.
2. Sebanyak 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 40% cukup setuju, 56.7% setuju dan 3.3% sangat setuju pada pernyataan Kondisi jalan menuju Moeda Coffee bagus. Dari hasil diatas menyimpulkan sebagian besar responden memilih **setuju**..

Dari dua poin pernyataan diatas peneliti menyimpulkan bahwa Sebagian besar responden merasa Lokasi pada Moeda Coffee dapat mudah ditemukan oleh customer.

**Tabel 1. 8 Pra- Survey Kepuasan Konsumen**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	
1	Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Moeda Coffee.	0	0	7	22	1	30
		0%	0%	23.3%	73.3%	3.3%	100%
2	Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang	0	1	11	18	0	30
		0%	3.3%	36.7%	60%	0%	100%

	diberikan Moeda Coffee.						
--	-------------------------------	--	--	--	--	--	--

Berdasarkan data diatas, menyatakan sebagai berikut:

1. Sebanyak 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 23.3% cukup setuju, 73.3% setuju dan 3.3% sangat setuju pada pernyataan Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Moeda Coffee. Dari hasil diatas menyimpulkan sebagian besar responden memilih **setuju**.
2. Sebanyak 0% sangat tidak setuju, 3.3% tidak setuju, 36.7% cukup setuju, 60% setuju dan 0% sangat setuju pada pernyataan Kondisi jalan menuju Moeda Coffee bagus. Dari hasil diatas menyimpulkan sebagian besar responden memilih **setuju**.

Dari dua poin pernyataan diatas peneliti menyimpulkan bahwa Sebagian besar responden merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Moeda Coffee.

Penjelasan tersebut memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan atau konsumen sangat tergantung pada salah satunya yaitu kualitas layanan yang diberikan pengusaha/perusahaan, artinya, terdapat relevansi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Menurut Junaedi (2019), pemasaran yang berorientasi pada pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas sangat efektif untuk mempertahankan pelanggan. Ketanggapan perusahaan terhadap harapan pelanggan akan menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Untuk mengetahui kondisi berdasarkan fenomena yang ada, maka akan dilakukan studi melalui penelitian khususnya di Kota Bekasi dengan mengambil objek Cafe yaitu meninjau sejauhmana kualitas layanan, harga, lokasi dan pencapaian maksimal kepuasan pelanggan dari Moeda Coffee. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan maka beralasan pula untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul, yaitu **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN**

## **LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MOEDA COFFEE DI KOTA BEKASI”**

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka identifikasi masalah yang dihadapi adalah :

1. Dengan maraknya coffeeshop di kota Bekasi dan pesaing semakin bermunculan, Moeda Coffee sebagai pelaku bisnis dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik, serta memberikan suasana tempat yang nyaman, sehingga mendapatkan kepuasan konsumen itu sendiri dan harga yang terjangkau.
2. Kurangnya lahan parkir untuk konsumen Moeda Coffee yang berkendara mobil.
3. Saat kondisi ramai di Moeda Coffee, ruangan area merokok menembus sampai ruangan area tidak merokok, hal ini membuat para konsumen yang tidak merokok merasa tidak nyaman.
4. Harga di wilayah Bekasi cukup *over price* bagi kalangan menengah kebawah.

### **1.4 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Moeda Coffee di Kota Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Moeda Coffee di Kota Bekasi?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Moeda Coffee di Kota Bekasi?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Moeda Coffee di Kota Bekasi?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Moeda Coffee di Kota Bekasi.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Moeda Coffee di Kota Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Moeda Coffee di Kota Bekasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Moeda Coffee di Kota Bekasi.

## **1.6 Kegunaan Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Dalam melakukan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan serta wawasan untuk penulis dan diharapkan penelitian ini menjadi acuan untuk penulis bisa meningkatkan kemampuan dalam penulisan ilmiah yang baik, tersusun secara sistematis.

### **2. Manfaat Praktis**

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Usaha tersebut untuk dijadikan bahan evaluasi agar usahanya dapat ditingkatkan lagi terhadap kualitas produk dan suasana toko.

## **1.7 Waktu dan Periode Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama 7 bulan, sejak 12 November hingga 5 Juni 2023 sesuai dengan waktu yang diajukan oleh pihak kampus.