

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini, dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat dinamis, menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menarik perhatian konsumen. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif mengharuskan pelaku bisnis untuk lebih kreatif dan inovatif agar mampu bertahan. Perusahaan di berbagai sektor dituntut untuk dapat memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, mengingat konsumen saat ini semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan mereka beli berdasarkan manfaat yang diperoleh. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami dinamika kebutuhan konsumen dan terus mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki. Peluang bisnis dapat ditemukan melalui pengamatan terhadap fenomena sosial di masyarakat. Salah satu fenomena yang muncul adalah tingginya tingkat kesibukan masyarakat dalam aktivitas belajar dan bekerja yang menimbulkan tekanan, sehingga mereka membutuhkan ruang untuk beristirahat sejenak dari rutinitas yang padat.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, diperlukan tempat untuk melepas penat, salah satunya adalah tempat untuk menikmati kopi seperti cafe. Para pengusaha cafe saat ini mampu menyediakan menu dan konsep yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk bersantai dan melepas lelah dari aktivitas sehari-hari. Industri minuman kopi masih mencatat pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia.

Gambar 1.1 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia Tahun 2024/2025



Sumber : Business Insight.com, 2025

Pada data gambar diatas, data menunjukkan bahwa Indonesia masih mendominasi sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia pada tahun 2024/2025, dengan kontribusi produksi kopi global mencapai 8,3%, atau setara dengan 654 ribu kilogram pada tahun 2024. Indonesia merupakan salah satu negara Asia yang memproduksi kopi dalam jumlah sangat besar setiap tahunnya. Selain sebagai produsen, masyarakat Indonesia juga memiliki budaya minum kopi yang kuat, sehingga tidak mengherankan jika banyak perusahaan di Indonesia menyediakan menu minuman kopi dalam produknya.

Sebagai negara kepulauan yang terdiri dari berbagai provinsi, Indonesia memiliki kota-kota besar dengan karakteristik unik. Medan merupakan salah satu kota besar yang memiliki masyarakat dengan latar belakang sosial, ekonomi, pekerjaan, dan pendidikan yang beragam. Keberadaan berbagai perguruan tinggi dan perusahaan besar menjadikan Medan ramai dengan pendatang yang menetap untuk menempuh pendidikan atau karir. Rutinitas yang padat dapat menimbulkan stres, sehingga kebutuhan akan ruang untuk beristirahat meningkat, baik dalam bentuk hiburan seperti live music, karaoke, atau sekadar berkumpul bersama teman sambil menikmati secangkir kopi di cafe. Banyaknya usaha cafe di Medan mengakibatkan persaingan yang ketat antar pelaku bisnis. Cafe menjadi pilihan bagi kaum muda Medan untuk melakukan pertemuan kelompok, berdiskusi, atau sekadar duduk santai berbincang.

Dalam era global saat ini, persaingan bisnis semakin ketat, menuntut perusahaan untuk memaksimalkan kinerjanya agar mampu bersaing di pasar. Salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat dan mengalami persaingan ketat adalah bidang kuliner. Persaingan tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis yang menawarkan produk sejenis namun dengan variasi harga dan pelayanan yang berbeda. Dengan demikian, pelaku bisnis dituntut untuk merancang strategi guna menarik pelanggan agar tertarik mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga dapat unggul dari para pesaing (Aryani & Febrina, 2010).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan sebuah bisnis dan menjadi prioritas yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan, khususnya di bidang kuliner. Saat ini, semakin banyak pelaku bisnis kuliner yang memahami pentingnya kepuasan konsumen dan merancang strategi untuk memberikan

kepuasan tersebut. Kepuasan konsumen merupakan indikator masa depan suatu perusahaan yang mengukur seberapa baik respons konsumen terhadap kelangsungan perusahaan (Assauri, 2012).

Menurut Lupiyoadi, terdapat lima faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen, yaitu kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga, dan biaya (Yoestini & Rahma, 2012). Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang digunakan memiliki kualitas baik. Umumnya, konsumen akan membandingkan harga, memilih layanan terbaik, dan memilih penyedia produk yang dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman dan lengkap.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan strategi yang harus diterapkan perusahaan agar terus berkembang. Selain itu, perusahaan juga harus mampu memenuhi kebutuhan konsumennya. Apabila konsumen merasa puas, mereka tidak akan beralih ke produk lain.

Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, Faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas, harga, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Para pemilik usaha, khususnya di bidang kuliner, sangat memperhatikan faktor-faktor tersebut guna menciptakan kepuasan konsumen setelah mengonsumsi produk atau jasa perusahaan (Daryanto, Setyobudi, 2014).

Kualitas produk menjadi faktor penentu bagi perusahaan, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah pembelian dan penggunaan produk. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler & Armstrong, 2008). Pengalaman konsumen dalam membeli produk, baik positif maupun negatif, akan memengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian ulang atau tidak. Dengan demikian, pelaku bisnis harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen. Selain kualitas produk, aspek yang perlu diperhatikan oleh setiap pebisnis dalam bersaing, terutama di bidang kuliner, adalah kebijakan penetapan harga. Menurut (Kotler & Armstrong, 2008), harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk memperoleh manfaat dari

memiliki atau menggunakan produk tersebut. Bagi konsumen, harga sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh. Pembeli menggunakan harga bukan hanya sebagai ukuran pengorbanan, tetapi juga sebagai indikator kualitas produk.

Pengalaman dari konsumen dalam membeli produk yang baik ataupun buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Dengan begitu, pelaku bisnis harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen. Selain kualitas produk, yang perlu diperhatikan oleh setiap pebisnis dalam bersaing, terutama usaha di bidang kuliner yakni kebijakan penetapan harga. Menurut (Kotler & Armstrong, 2008), harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan konsumen untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Bagi konsumen, harga sering kali dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang maupun jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan, tetapi juga sebagai indikator kualitas produk.

Dalam memilih produk dari suatu perusahaan, konsumen akan membandingkan harga, memilih layanan terbaik, dan memilih penyedia produk yang dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman dan lengkap. Fasilitas merupakan salah satu sumber utama yang harus tersedia sebelum produk atau jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan (Kotler & Armstrong, 2008).

Fasilitas merupakan sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas adalah komponen individual dari penawaran yang dapat ditambah atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa (Tjiptono & Chandra, 2005). Fasilitas juga merupakan alat untuk membedakan program lembaga dari pesaing (Lupiyoadi, 2006). Pada berbagai jenis jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap penilaian kualitas jasa di mata pelanggan. Fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan oleh penyedia jasa untuk digunakan oleh pelanggan dengan tujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal (Tjiptono & Chandra, 2005).

Para pengusaha cafe perlu menampilkan perbedaan atau keunikan untuk menarik konsumen. Pengusaha hendaknya berupaya memahami kebutuhan,

keinginan, dan permintaan pasar sasaran. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi berkualitas dan tempat yang nyaman, muncullah cafe dengan konsep bernuansa Aceh. Di daerah Medan Pancing terdapat banyak cafe bernuansa Aceh, salah satunya adalah Seulawah Kupa yang berlokasi di Kompleks MMTC Medan. Seulawah Kupa berdiri sejak tahun 2022 dengan mengusung perpaduan kuliner khas Aceh dengan suasana nyaman dan modern, bertujuan memberikan pengalaman yang berkesan kepada pelanggan.

Dalam upaya mencapai tujuan, Seulawah Kupa Medan menghadapi beberapa kendala dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya. Oleh karena itu, penelitian ini melakukan pra-survei kepada pelanggan Seulawah Kupa Medan. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang pelanggan, diperoleh informasi bahwa terdapat permasalahan terkait rendahnya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pra survei yang peneliti lakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang pelanggan, maka diperoleh informasi bahwa terdapat permasalahan mengenai rendahnya kepuasan pelanggan yang disajikan dalam tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Pra-Survei Kepuasan Pelanggan di Seulawah Kupa

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya merasa puas dengan berbagai menu makanan dan minuman di Seulawah Kupa karena sesuai dengan harapan saya	33,6%	66,4%
2.	Saya merasa puas dengan harga yang disediakan di Seulawah Kupa, sehingga saya akan merekomendasikan kepada teman saya	90,2%	9,8%
3.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan Seulawah Kupa, sehingga saya akan merekomendasikan kepada teman saya	56,4%	43,6%
4.	Saya merasa puas dengan suasana di Seulawah Kupa, sehingga saya akan berkunjung kembali	80,5%	19,5%
5.	Saya merasa puas dengan fasilitas yang ada di Seulawah Kupa, sehingga saya akan berkunjung kembali	32,8%	67,2%

Berdasarkan pra-survei terhadap 30 pelanggan Seulawah Kupa Medan, diperoleh hasil bahwa mayoritas responden tidak puas terhadap kualitas produk

(67%), tidak puas terhadap fasilitas (67%), dan secara umum tidak puas terhadap pelayanan keseluruhan (44%). Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dan layanan yang diterima, terutama dalam aspek kualitas produk dan fasilitas. Kondisi ini menjadi indikasi awal bahwa kedua faktor tersebut berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengaruh kualitas produk dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa Medan.

Kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan (Ma'ruf, 2021) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan bergantung pada kinerja produk yang dirasakan dibandingkan dengan harapan pembelian. Jika kinerja produk tidak memenuhi harapan, pelanggan akan kecewa. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Oleh karena itu, diperlukan beberapa inovasi dalam mengembangkan strategi pemasaran terhadap kepuasan konsumen agar Seulawah Kupa Medan mampu bersaing dengan cafe lainnya.

Berdasarkan informasi diatas, salah satu yang menyebabkan masalah pada kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Seulawah Kupa sebagai cafe berkonsep aceh seharusnya mampu menyajikan produk dengan cita rasa yang konsisten, tampilan menarik, dan aroma yang menggugah selera. Namun pada kenyataannya, masih terdapat keluhan pelanggan terkait ketidakkonsistenan rasa, serta produk yang disajikan tidak sesuai dengan gambar yang ada di menu. Menurut (Handoko, 2002), kualitas produk adalah kondisi suatu barang berdasarkan penilaian atas kesesuaiannya dengan standar yang telah ditetapkan. Semakin sesuai dengan standar, maka produk tersebut dinilai semakin berkualitas. Kualitas produk merupakan nilai yang dimiliki oleh suatu produk yang akan disampaikan kepada konsumen. Jadi, produk yang diberikan kepada konsumen haruslah produk yang berkualitas, dibutuhkan oleh konsumen, dan memiliki persepsi baik. Dalam praktiknya, terdapat keluhan terkait kualitas produk di Seulawah Kupa yang terlihat dari hasil pra-survei yang diberikan oleh pelanggan Seulawah Kupa Medan dengan penjelasan berikut:

Tabel 1. 2 Pra-Survei Kualitas Produk di Seulawah Kupa

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Rasa Makanan dan Minuman di Seulawah Kupa konsisten di setiap kunjungan	38,7%	61,3%
2.	Produk Seulawah Kupa memiliki tampilan yang menarik ketika disajikan	41,9%	58,1%
3.	Aroma makanan yang disajikan meningkatkan selera makan	45,2%	54,8%
4.	Produk yang disajikan sesuai dengan gambar yang ada di menu	47,7%	52,3%
5.	Porsi makanan dan minuman yang disajikan Seulawah Kupa cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	65,8%	34,2%

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden pelanggan Seulawah Kupa Medan menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan secara umum dinilai cukup baik, namun belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Sebagian besar responden menyatakan bahwa rasa makanan dan minuman di Seulawah Kupa tidak konsisten di setiap kunjungan, tampilan produk kurang menarik ketika disajikan, aroma makanan kurang menggugah selera, dan produk yang disajikan tidak sesuai dengan gambar yang ada di menu. Hanya aspek porsi yang mendapat penilaian positif dari mayoritas responden. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kondisi aktual dengan kualitas produk yang ideal. Idealnya, kualitas produk di sektor kuliner mencakup cita rasa yang konsisten dan khas, penyajian yang menarik, porsi yang seimbang dengan harga, serta kesegaran dan suhu saji yang terjaga. Kesenjangan ini menjadi salah satu fenomena awal yang melatarbelakangi pentingnya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk di Seulawah Kupa Medan masih belum memenuhi harapan pelanggan, terutama pada aspek konsistensi rasa, tampilan penyajian, dan kesesuaian produk dengan menu yang ditawarkan. Menurut (Kotler & Keller, 2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, mencakup daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, serta atribut lain seperti rasa, estetika, dan penyajian. Dalam konteks ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang ideal di industri kuliner seharusnya mencakup rasa yang konsisten dan

penyajian yang menarik, serta porsi yang proporsional. Kesenjangan antara kondisi ideal tersebut dengan kenyataan di lapangan menunjukkan perlunya peningkatan kualitas produk guna mendukung tercapainya kepuasan pelanggan secara optimal.

Faktor kedua yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah fasilitas. Seulawah Kupa sebagai café yang beroperasi di kawasan strategis seharusnya mampu menyediakan fasilitas yang nyaman dan memadai bagi pelanggannya. Namun pada kenyataannya, masih terdapat berbagai keluhan dari pelanggan terkait kondisi fasilitas yang ada, seperti kebersihan toilet dan musholla yang kurang terjaga, koneksi wifi yang lambat, serta penataan ruang yang belum optimal. (Kotler & Armstrong, 2007) mengemukakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen adalah memberikan fasilitas untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Dalam hal ini, pihak perusahaan berusaha meningkatkan fasilitas yang telah disediakan demi kepuasan pelanggan sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat terus berjalan. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana yang dibutuhkan untuk melancarkan kegiatan. Keberadaan fasilitas mulai dari kamar mandi, musholla, dan lahan parkir sampai fasilitas tambahan seperti Wi-Fi sangat membuat pelanggan merasa senang dan nyaman. Dengan demikian, pelanggan tidak merasa kesulitan untuk mencari apa yang mereka butuhkan. Fasilitas yang diberikan dengan baik dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Dalam suatu perusahaan, untuk mencapai tujuan diperlukan alat pendukung yang digunakan dalam proses atau aktivitas perusahaan. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan beragam dalam bentuk, jenis, dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas perusahaan, maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk mencapai tujuan perusahaan. Fasilitas penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan kenyamanan. Jika layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan pelanggan, maka mereka akan merasa puas (Fajriani et al., 2020). Berikut ini disajikan pra-suvei fasilitas yang ada di Seulawah Kupa Medan.

Tabel 1.3 Pra-Survei Fasilitas di Seulawah Kupi

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Kebersihan ruangan, Toilet dan Musholla selalu terawat dan terjaga dengan baik	33,3%	66,7%
2.	Jarak setting meja antar pelanggan Seulawah Kupi sudah sesuai	32,3%	67,7%
3.	Fasilitas Wifi yang disediakan Seulawah Kupi lancar	30%	70%
4.	Seulawah Kupi Medan menyediakan stop kontak listrik pada setiap meja	44,8%	55,2%
5.	Seulawah Kupi memiliki penerangan ruangan yang baik membuat suasana di dalam menjadi nyaman	50%	50%

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden di Seulawah Kupi Medan menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan dinilai cukup memadai namun belum optimal dalam mendukung kenyamanan pelanggan. Sebagian besar responden menyatakan bahwa fasilitas wifi tidak lancar, jarak setting meja tidak sesuai, serta kebersihan ruangan, toilet, dan musholla kurang terjaga dengan baik. Selain itu, sebagian besar responden juga menyatakan bahwa stop kontak listrik pada setiap meja masih terbatas jumlahnya. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ada belum sepenuhnya mencerminkan standar kenyamanan yang ideal. Secara ideal, fasilitas dalam sebuah cafe seharusnya mampu menunjang kenyamanan dan produktivitas pelanggan dengan menyediakan sarana yang bersih, fungsional, dan terawat. Menurut (Tjiptono, 2014), fasilitas merupakan bagian dari bukti fisik (physical evidence) dalam bauran pemasaran jasa yang berperan penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas layanan.

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang disediakan Seulawah Kupi Medan masih belum optimal dalam mendukung kenyamanan pelanggan, terutama pada aspek kebersihan, penataan ruang, koneksi wifi, dan ketersediaan stop kontak listrik. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu produk atau jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Selama proses pembelian produk, pelanggan mungkin menggunakan salah satu fasilitas yang dimiliki perusahaan. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana

komunikasi, prasarana hiburan, serta penyediaan kebutuhan makan dan minum akan menjadi hal yang diperhatikan dalam mempersepsikan perusahaan di mata konsumen.

Dapat dilihat dari permasalahan yang terjadi melalui pra-survei, hal ini dapat mengakibatkan pelanggan merasa jenuh dengan kondisi atau suasana cafe sehingga membuat pelanggan enggan untuk datang kembali dan lebih memilih pergi ke cafe lain. Namun sebaliknya, jika kualitas produk dan fasilitas dapat ditingkatkan lebih maksimal, maka Seulawah Kupa tentunya dapat memuaskan pelanggan yang datang dan mereka akan mengunjungi Seulawah Kupa di lain waktu atau bahkan merekomendasikan kepada orang lain.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Pratama et al., 2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Izzuddin, 2020) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Akbar et al., 2021) juga menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Marlina, 2023) menyatakan bahwa fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (M. K. Sari & Andjarwati, 2018) juga menyatakan bahwa kualitas produk dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Seulawah Kupa Medan"**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Tingkat kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa masih rendah terutama dalam aspek kualitas produk dan fasilitas yang masih belum sesuai dengan harapan pelanggan
2. Kualitas produk di Seulawah Kupa dinilai belum konsisten, terutama pada aspek rasa yang tidak konsisten di setiap kunjungan, tampilan penyajian yang kurang

menarik, aroma yang kurang menggugah selera, serta produk yang disajikan tidak sesuai dengan gambar yang ada di menu.

3. Fasilitas yang disediakan Seulawah Kupa dinilai belum optimal, terutama pada aspek kebersihan toilet dan musholla, penataan ruang yang kurang proporsional, koneksi wifi yang lambat, serta kesediaan stop kontak listrik yang terbatas.

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Ruang lingkup penelitian merupakan bingkai penelitian, yang menggambarkan batas penelitian, mempersempit permasalahan dan membatasi area penelitian. Agar penelitian ini dapat terarah dengan tepat dan mengatasi terjadinya penyimpangan-penyimpangan pada penyusunan tugas akhir ini, maka harus ada batasan yang jelas dalam ruang lingkup penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Seulawah Kupa Medan.

1.4 Pembatasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah sangat penting untuk menentukan fokus penelitian. Maka, untuk itu permasalahan pada penelitian ini dibatasi pada *Kualitas Produk* (X1), *Fasilitas* (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y).

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut

1. Apakah terdapat pengaruh *kualitas produk* terhadap kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh *fasilitas* terhadap kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh *kualitas produk* dan *fasilitas* terhadap kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa Medan?

1.6 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *kualitas produk* terhadap kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *fasilitas* terhadap kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa Medan.
3. Untuk mengetahui *kualitas produk* dan *fasilitas* terhadap kepuasan pelanggan di Seulawah Kupa Medan.

1.7 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman yang berkaitan dengan kualitas produk, fasilitas dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Seulawah Kupa

Hasil penelitian dapat menjadi tambahan informasi dan solusi bagi Seulawah Kupa Medan untuk meningkatkan kualitasnya terutama di kualitas produk dan fasilitas.

3. Bagi Lembaga Universitas Negeri Medan

Hasil Penelitian diharapkan dapat menjadi tambahan literatur kepustakaan Universitas Negeri Medan dibidang penelitian pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas produk dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai tambahan referensi dan informasi atau bahan bagi peneliti lain serta acuan perbandingan dalam penelitian yang sama di masa yang akan datang, khususnya peneliti yang membahas kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.