

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri F&B atau *Food and beverage* merupakan industry dengan minat pasar terbesar di Indonesia bahkan di dunia. Namun dengan banyaknya minat pasar tersebut, maka pesaing dalam bisnis tersebut juga semakin banyak. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan dan sifat yang berbeda-beda, karena hakikatnya sifat antar individu memang berbeda. Hal tersebut mempengaruhi pendapat antar individu mengenai keputusan pembelian suatu produk. Persaingan pasar yang ketat juga membuat para pelaku bisnis berlomba untuk memberikan yang terbaik mengenai apa yang konsumen butuhkan dan inginkan sehingga menambah tanggung jawab untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen. Setiap individu akan melakukan pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli dan berlangganan terhadap suatu produk, sehingga diperlukan Analisa mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi dan seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian masyarakat. Untuk mendapat gambaran mengenai keputusan membeli, berikut ini akan dikemukakan definisi mengenai keputusan membeli menurut para ahli. (Kotler, 2009) keputusan membeli yaitu: “beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk”. Pengambilan keputusan membeli adalah proses pengenalan masalah (problem recognition), pencarian informasi, evaluasi (penilaian) dan seleksi dari alternatif produk, seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan terhadap produk yang akan digunakan atau dibeli oleh konsumen (Munandar , 2001).

Industri F&B merupakan bisnis yang menarik dan menantang karena banyak sekali trend yang berkembang dalam industry *F&B* ini, salah satunya adalah Kopi. Di era saat ini, kopi

merupakan sebuah gaya hidup bukan hanya sekedar kebutuhan hidup seperti dulu agar dapat begadang karena kandungan kafeinnya. Kopi memiliki harga yang relative terjangkau, namun karena kopi saat ini sudah menjadi gaya hidup sehingga tidak sedikit masyarakat yang rela mengeluarkan biaya yang lebih untuk mendapatkan kopi di tempat atau caffe yang menarik. Berdasarkan munculnya budaya tersebut, potensi bisnis kopi di Indonesia menjadi meningkat terutama kota-kota besar yang memiliki banyak universitas atau sekolah-sekolah banyak muncul caffe atau kedai-kedai kopi.



Gambar 1.1 Data trend minum kopi di Indonesia

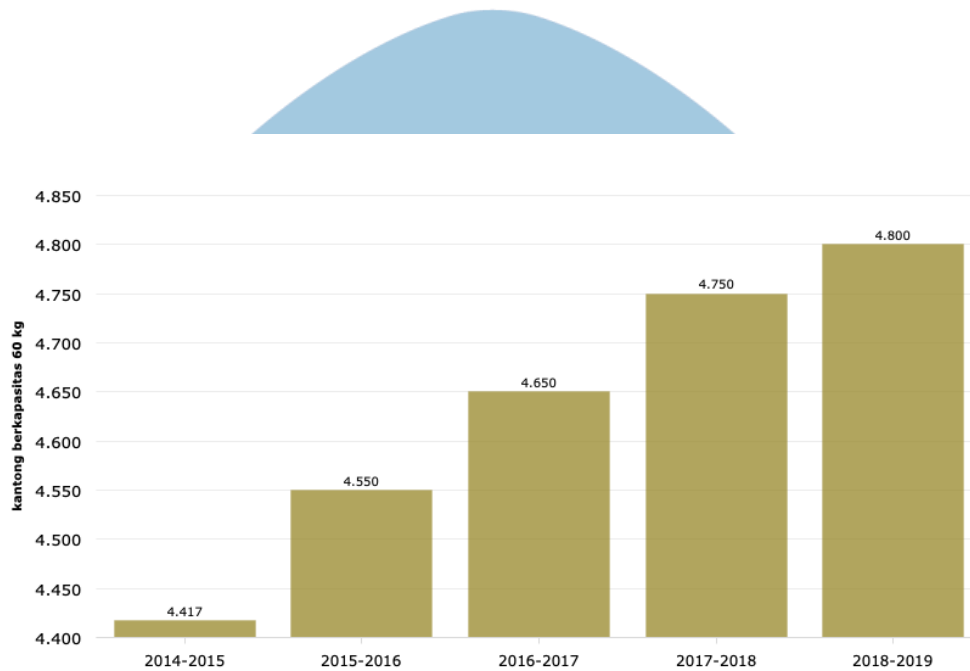
Sumber : Google trend (2022), Trend minum kopi di Indonesia sampai hari ini sangat stabil dan memiliki potensi yang baik

<https://trends.google.co.id/trends/explore?q=minum%20kopi&geo=ID>

Menurut data dari Google Trend di atas, trend minum kopi, ngopi, atau nongkrong di Indonesia memang cukup stabil dari sepanjang tahun 2021 pertengahan sampai tahun 2022 awal dimana kondisi virus Covid-19 yang aman sehingga cukup tepat untuk menggambarkan kondisi dan stabilitas data dari trend minum kopi. Dari kestabilan trend tersebut, dapat digambarkan bila minum kopi akan menjadi sebuah gaya hidup bukan lagi sebuah trend.

Berkaitan dengan kopi, bukan hanya caffe atau kedai kopi yang berkembang namun juga ada ide bisnis lain dari kopi seperti menjual biji kopi mentah yang terdiri dari bermacam-

macam jenis biji, membuat Cold Brew dari kopi yang kemudian dikemas sendiri menggunakan kemasan atau botol yang menarik, gerobak kopi yang menyajikan es kopi keliling namun bukan kopi sachet melainkan kopi manual brew sehingga unik dan kekinian, dan yang terakhir adalah pengharum ruangan atau mobil dengan bahan dasar biji kopi yang menawarkan aroma kopi.



Gambar 1.2 Data perkembangan konsumsi kopi di Indonesia

Sumber : Databoks.katadata.co.id (2020), Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Terus Meningkat selama 5 Tahun Terakhir <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/konsumsi-kopi-domestik-di-indonesia-terus-meningkat-selama-5-tahun-terakhir>

Berdasarkan data grafik diatas, tahun terendah Indonesia dalam mengkonsumsi kopi adalah tahun 2014-2015 dengan jumlah 4.417 kantong kopi. Sementara itu, paling tinggi berada di tahun 2018-2019 dengan jumlah 4.800 kantong kopi. Indonesia merupakan salah satu negara produsen sekaligus pengeksport kopi terbesar ke empat di dunia setelah Brazil, Vietnam, serta Kolombia (Amador, 2012).

Magelang merupakan sebuah kota kecil yang termasuk kota tertua kedua di Indonesia, kota yang penuh tempat wisata dan dikelilingi lima gunung, pusat Pendidikan akademi militer, dan yang terakhir memiliki candi terbesar di dunia yang pernah masuk ke 7 keajaiban dunia. Oleh karena itu, kota Magelang memiliki daya Tarik wisata yang tinggi sehingga menambah peluang usaha kopi terlebih masyarakat kota magelang saat ini mulai memiliki gaya hidup perkotaan modern yang menyukai trend ngopi atau nongkrong. Kofibru merupakan salah satu pemain dalam dunia perkopian di Kota Magelang dengan konsep tempat yang *cozy minimalis* dengan nuansa putih kuning yang memberikan kesan hangat. Dan memiliki kualitas minuman yang ternama di kota Magelang yang akan dijadikan bahan penelitian penulis

Berdasarkan data-data di atas, peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel x terhadap variabel y1 dan y2 atau kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Kofibru Magelang. Selain itu, peneliti juga ingin mengembangkan berhasilnya strategi produk dan pemasaran mengenai Kofibru di kota Magelang dengan mengadakan penelitian ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disampaikan peneliti pada bagian latar belakang diatas, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah citra merek mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan ?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi Kepuasan dan loyalitas pelanggan ?
3. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan ?
4. Apakah harga produk mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian yang ada, maka peneliti memiliki tujuan untuk :

1. Melakukan pengujian dan analisis mengenai pengaruh citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Kofibru Magelang
2. Melakukan pengujian dan analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Kofibru Magelang
3. Melakukan pengujian dan analisis mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Kofibru Magelang
4. Melakukan pengujian dan analisis mengenai pengaruh harga produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Berikut merupakan manfaat dari penelitian ini :

1. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan yang memiliki kesamaan model bisnis, penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk menciptakan strategi baru untuk bersaing dan memenangkan persaingan pasar.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi pembaca, dan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan, kualitas produk, harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.5. Sistematika Penelitian

Berikut merupakan penjabaran dari sistematika penulisan dari skripsi ini.

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab 1 ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan terakhir sistematika penelitian.

Bab 2 Tinjauan Konseptual Dan Pengembangan Hipotesis

Pada bab 2 ini berisi tinjauan konseptual, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

Bab 3 Metode Penelitian

Pada bab 3 ini berisi subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, metode yang digunakan dalam pengolahan data, definisi operasional variabel, dan yang terakhir adalah pengujian instrument penelitian.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Pada bab 4 ini berisi mengenai pembahasan mengenai hasil dari skripsi yang kemudian dilakukan analisis pada pembahasan untuk dapat disimpulkan menjadi rangkuman yang mudah dipahami oleh pembaca.

Bab 5 Penutup

Pada bab terakhir ini berisi mengenai tahap akhir dari penyusunan skripsi yaitu kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.