

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan yang pesat pada bisnis *coffee shop* saat ini membuat para pemilik *coffee shop* berlomba – lomba menciptakan konsep dan suasana yang unik untuk merebut pasar baru. Karena persaingan ini, kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting untuk mempertahankan bisnis mereka. *Coffee shop* menjadi tempat yang menyenangkan bagi pelajar, karyawan, dan pekerja lainnya yang ingin menikmati alunan musik yang santai dan suasana *aesthetic* yang dimana bisa menjadikan tempat tersebut untuk kerja ataupun belajar. *Coffee shop* memberikan kenyamanan bagi orang – orang terutama untuk pecinta kopi yang ingin menghabiskan waktu dengan tenang dan suasana yang nyaman dengan ditemani oleh secangkir kopi dan berbagai pilihan makanan. Menurut Statistik Indonesia (2023) dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada 2022, yang dimana meningkat sekitar 1,1% dibanding tahun sebelumnya. Produksi kopi di Indonesia semakin meningkat tiap tahunnya yang bisa dikatakan bahwa banyak pecinta kopi di Indonesia. Bahkan kopi bisa dikatakan sebagai minuman yang cukup populer di Indonesia dikalangan pelajar maupun pekerja.

Semakin banyaknya usaha *coffee shop* yang didirikan di Indonesia, khususnya di Yogyakarta menjadi tantangan tersendiri bagi pemilik *coffee shop* untuk selalu memikirkan konsep pemasaran yang unik seperti: penawaran

diskon, hiburan musik, suasana usaha, kemudian makanan dan minuman yang unik. Dalam dunia bisnis kuliner yang kompetitif ini, *coffee shop* bersaing satu sama lain secara lokal, nasional, dan internasional. Bagaimanapun, sifat konsumen dan kebutuhan pelanggan yang selalu berubah membuat persaingan ini semakin ketat. Menurut data dari Komunitas Kopi Nusantara (2022), terdapat sekitar 3.000 *coffee shop* yang tersebar di seluruh wilayah Yogyakarta. Bahkan Yogyakarta bisa dikatakan sebagai kota dengan *coffee shop* terpadat di Indonesia. Banyaknya, bisnis *coffee shop* di Yogyakarta membuat para pebisnis untuk selalu mengikuti segala *trend* dan kebutuhan yang sedang disukai oleh pelanggan saat ini.

Kepuasan pelanggan bisa dilihat dari pengalaman mereka membeli produk atau layanan di *coffee shop* secara langsung atau melalui komentar di media sosial. Saat pelanggan mengunjungi *coffee shop* akan kemungkinan besar memperhatikan suasana seperti melihat ke desain interior *coffee shop* dan pencahayaannya. Hal tersebut bisa dikatakan *first impression* pelanggan terhadap *coffee shop* yang dimana akan mengarah ke kepuasan mereka. Jika suasana lingkungan cukup untuk memenuhi ekspektasi pelanggan, selanjutnya ditambah dengan layanan dan kualitas makanan yang baik akan dianggap sebagai pengalaman pelanggan yang sempurna. Mempertahankan itu semua akan mengarah pada kepuasan pelanggan, dan untuk seterusnya akan membangun loyalitas pelanggan dari waktu ke waktu.

Dengan menyediakan pelayanan yang memenuhi ekspektasi pelanggan akan membuat pelanggan mengunggahnya ke sosial media yang secara tidak langsung membantu perkembangan bisnis. Bahkan visualisasi makanan yang di-post pada sosial media akan menjadi daya tarik bagi bisnis *coffee shop* dalam menarik calon konsumen. Pada era modern ini, tampilan makanan yang dimana menjadi bagian dari kualitas makanan menjadi suatu hal yang menarik bagi konsumen. Jika tampilan makanan dapat disertai dengan rasa yang enak, maka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat terjadi. Kepuasan pelanggan ini secara spesifik terkait dengan realita pengalaman bersantap di tempat makan, atau yang disebut dengan *Customer Dining Satisfaction*, atau “*customer dining experience*” (Putra, 2019). Bahkan kualitas makanan bisa membuat pelanggan berpikir untuk datang kembali dikarenakan kepuasan yang telah didapat.

Loyalitas seorang pelanggan bisa dibuktikan dengan fakta bahwa produk atau layanan akan dibeli beberapa kali di masa depan, meskipun ada *influencer* yang meyakinkan pelanggan untuk beralih ke produk atau layanan lain (Kotler & Keller, 2016, 153). Loyalitas pelanggan sangat penting bagi bisnis karena dapat membantu perusahaan meningkatkan target pasar mereka. Romaniuk et al. (2017) menunjukkan bahwa suatu merek cenderung meningkatkan pangsa pasarnya ketika lebih banyak pembeli yang membeli merek tersebut setidaknya satu kali di masa mendatang. Dengan mempertahankan pasar bisa dilakukan dengan memberikan berbagai varian menu yang bisa memberikan banyak pilihan kepada konsumen agar mereka

tidak bosan dengan menu yang sama. Pada umumnya *coffee shop* tidak hanya menyajikan kopi seduh saja, tetapi juga menyediakan produk lain seperti makanan ringan maupun berat (Rahardjo dkk., 2019)



**Gambar 1.1**

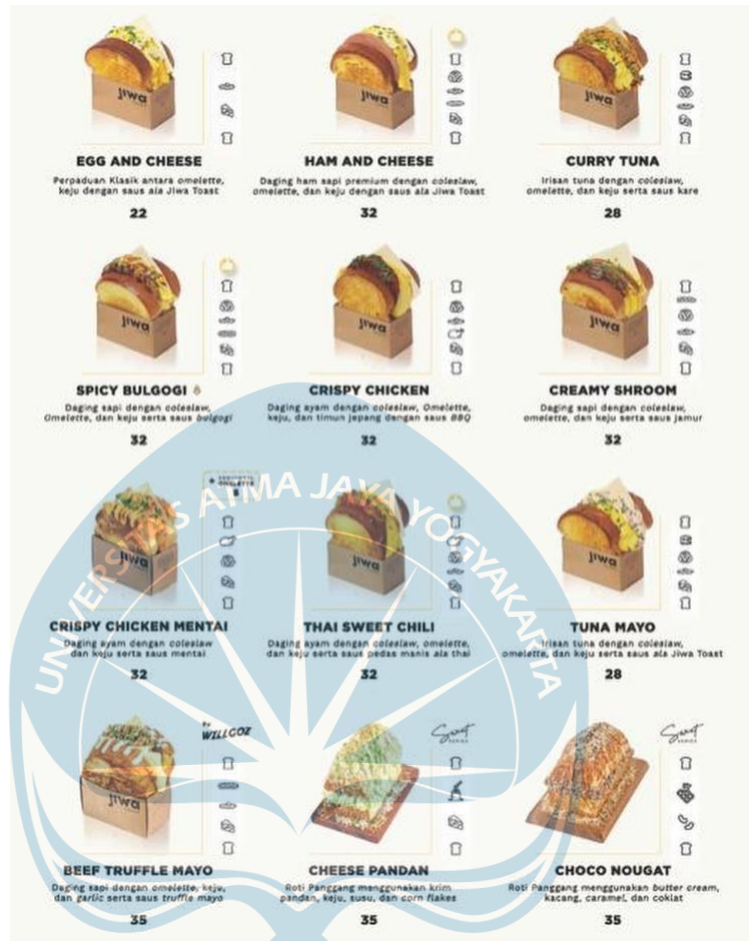
***Coffee shop* Lokal Terfavorit (2022)**

**Sumber: goodstats.id**

Menurut survei Jakpat, *coffee shop* lokal Kopi Janji Jiwa menjadi *coffee shop* lokal terpopuler pada peringkat pertama di Indonesia dengan 50% responden dan survei ini dilakukan pada tanggal 3 Februari 2022 secara daring melalui aplikasi Jakpat. *Coffee shop* Janji Jiwa sudah hadir sejak 2018 dan saat ini telah memiliki lebih dari 800 cabang yang tersebar di berbagai kota

Indonesia. Di Yogyakarta terdapat 5 cabang *coffee shop* Janji Jiwa yaitu Kopi Janji Jiwa Seturan, Kopi Janji Jiwa Demangan, Kopi Janji Jiwa Jakal, Kopi Janji Jiwa Palagan, dan Kopi Janji Jiwa Kotabaru.





Gambar 1.2

### Menu Janji Jiwa

Sumber: Kopi Janji Jiwa Jogja

Janji Jiwa menyediakan berbagai menu makanan dan minuman dengan tampilan menarik yang mencuri perhatian para konsumen sehingga menjadikan Kopi Janji Jiwa menjadi *coffee shop* terfavorit di Indonesia pada tahun 2022. Janji Jiwa menyediakan berbagai minuman dengan *range* harga dimulai dari Rp. 16.000 hingga Rp. 26.000 dengan tampilan minuman yang segar. Selain

minuman, Janji Jiwa juga menawarkan makanan seperti ‘Jiwa Toast’ yang memiliki beberapa pilihan seperti Ham & Cheese, Crispy Chicken Mentai, Egg and Cheese, Tuna Mayo, dan banyak lagi yang bisa dipilih sesuai dengan keinginan masing-masing.

Secara keseluruhan, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji variabel yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang menghasilkan loyalitas pelanggan terhadap pelayanan *coffee shop* Janji Jiwa khususnya di Yogyakarta. Secara khusus, tiga variabel ini (kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan suasana lingkungan) yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen kopi kemudian mengarah ke loyalitas pelanggan di *coffee shop* Janji Jiwa, Yogyakarta.

## 1.2 Rumusan Masalah

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis *coffee shop* di Yogyakarta dan semakin meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia yang membuat para pebisnis *coffee shop* untuk mempertahankan pasar mereka dan memikirkan cara untuk menarik perhatian konsumen, maka peneliti merangkum mengenai permasalahan yang terjadi sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah suasana lingkungan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Janji Jiwa yang berlokasi di Yogyakarta?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Janji Jiwa yang berlokasi di Yogyakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Janji Jiwa yang berlokasi di Yogyakarta?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di *coffee shop* Janji Jiwa yang berlokasi di Yogyakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh suasana lingkungan terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Janji Jiwa yang berlokasi di Yogyakarta
2. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Janji Jiwa yang berlokasi di Yogyakarta
3. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *coffee shop* Janji Jiwa yang berlokasi di Yogyakarta
4. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di *coffee shop* Janji Jiwa yang berlokasi di Yogyakarta



## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini ditunjukkan untuk para pembaca agar dapat memperoleh informasi atau ilmu – ilmu yang bermanfaat yang dapat digunakan dalam dunia nyata:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan bagi pembaca untuk memahami secara akademis dan memahami lebih lanjut mengenai ketatnya persaingan dalam dunia bisnis *coffee shop*. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dalam bidang kuliner.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian dapat menjadi pembelajaran mengenai seberapa besar pengaruh kualitas makanan, pelayanan, dan suasana lingkungan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam dunia kuliner dengan tujuan untuk mempertahankan pasar dan menjangkau pasar yang lebih luas.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini terbagi menjadi 5 bab yang dapat diuraikan secara singkat, sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab I menjelaskan tentang latar belakang dan alasan mengapa penelitian ini dilakukan. Bab ini berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II Tinjauan Pustaka**

Bab II menjelaskan tentang teori – teori dasar mengenai penelitian ini.

### **BAB III Metode Penelitian**

BAB III berisi tentang penjelasan mengenai metode yang digunakan. Bab ini terdiri atas desain penelitian, data penelitian, metode pengambilan sampel, definisi operasional, pengujian instrumen, dan metode analisis data.

### **BAB IV Analisis Data dan Pembahasan**

BAB IV berisi tentang hasil penelitian dari analisis yang dilakukan mengenai semua variabel pada penelitian ini.

### **BAB V Penutup**

BAB V berisi mengenai kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, serta saran mengenai penelitian ini.