

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, pertumbuhan industri kopi di Indonesia meningkat pesat. Tingginya minat masyarakat untuk mengembangkan usaha kopi menjadi salah satu bukti bahwa industri kopi memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang. Berdasarkan catatan International Coffee Organization (ICO) (2020) konsumsi kopi di Indonesia tahun 2019 mencapai 3,6 juta karung dan pada tahun 2020 sebanyak 5 juta karung dengan berat 60 kilogram per karung. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2021) mengatakan bahwa dalam 10 tahun terakhir, industri kopi Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan yaitu sebesar 250%. Di Indonesia, luas lahan kopi mencapai 1,25 juta ha dengan total produksi hingga 761 ribu ton per tahun. Saat ini, Indonesia merupakan produsen kopi terbesar ke-4 di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia.

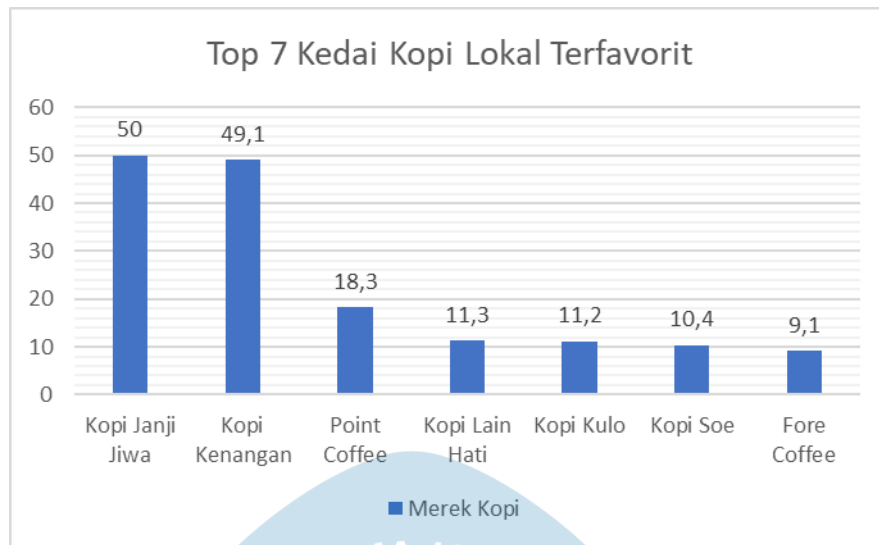
**Tabel 1. 1 Penghasil Kopi Terbesar di Dunia**

<b>Peringkat</b>	<b>Negara</b>	<b>Hasil Produksi</b>	<b>Tahun</b>
1.	Brazil	63,4 juta karung	2020
2.	Vietnam	29 juta karung	2020
3.	Colombia	14,3 juta karung	2020
4.	Indonesia	11,95 juta karung	2020
5.	Ethiopia	7,37 juta karung	2020

Sumber: <https://www.kompas.com> (diakses pada tanggal 9 Maret 2023)

Saat ini, *coffee shop* atau yang dikenal dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai kedai kopi merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi maupun non kopi seperti cokelat, teh dan sebagainya. Kedai kopi saat ini bukan hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi melainkan juga menjadi tempat untuk bersantai, berfoto, mengerjakan tugas, hingga bertemu rekan kerja. Selain itu, hasil riset Toffin bersama Majalah Mix (2020) menunjukkan bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, yang menunjukkan bahwa meningkat hampir 3 kali lipat dibandingkan pada tahun 2016 hanya ada 1.000 kedai kopi.

Dengan meningkatnya jumlah kedai kopi di Indonesia, menunjukkan bahwa daya saing pada industri kopi tergolong tinggi. Faktor pendorong meningkatnya bisnis kedai kopi di Indonesia yaitu adanya budaya nongkrong sambil ngopi, daya beli konsumen yang meningkat, dominasi populasi anak muda di Indonesia yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi, kemudahan dalam melakukan pemasaran dan promosi melalui media sosial, kehadiran *platform* pesan antar *online* dalam memudahkan proses penjualan, bahan baku yang mudah diakses di Indonesia, dan laba yang dihasilkan relatif cukup tinggi. Menurut survei Jakpat (2022), Fore Coffee merupakan salah satu kopi lokal terfavorit yang menduduki peringkat ke-7. Selain itu, pemain lainnya adalah Kopi Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Point Coffee, Kopi Lain Hati, Kopi Kulo dan Kopi Soe.



**Gambar 1. 1 Top 7 Kedai Kopi Lokal di Indonesia**

Sumber: <https://jakpat.net> (diakses pada tanggal 14 Maret 2023)

Fore Coffee pertama kali didirikan pada Agustus 2018. Nama Fore diambil dari kata *forest* yang berarti hutan dengan harapan agar dapat tumbuh dengan cepat, kuat, tinggi dan menghidupi sekitarnya. Muncul sebagai merek kopi yang mengutamakan kualitas produk, Fore Coffee berusaha menghadirkan rasa yang terbaik disetiap cangkirnya. Fore Coffee tidak hanya menyediakan minuman namun juga makanan dengan kualitas yang baik seperti Croissant dan Panini Sandwich. Harga minuman yang ditawarkan cukup terjangkau terutama bagi kalangan mahasiswa mulai dari Rp 19.000 – Rp 43.000. Harga makanan yang ditawarkan juga terbilang cukup terjangkau mulai dari Rp 29.000 – Rp 42.000.



**Gambar 1. 2**

### **Menu Minuman Fore Coffee**

Sumber: <https://economy.okezone.com> (diakses pada tanggal 14 Maret 2023)



**Gambar 1. 3**

### **Menu Makanan dan Minuman Fore Coffee**

Sumber: <https://highlight.id> (diakses pada tanggal 14 Maret 2023)

Fore Coffee sendiri menciptakan suasana (*atmospherics*) yang nyaman dengan perpaduan warna alami dan *modern*. Setiap *outlet* Fore Coffee memiliki ciri khas dengan desain interior yang serba putih dengan berbagai dekorasi tanaman dan konstruksi *vertical garden*. Konsep desain di setiap *outlet* menggabungkan konsep alami yaitu warna hijau dan putih yang berarti bahwa Fore Coffee ingin membawa suasana hutan yang segar di tengah lingkungan perkotaan yang *modern* dan

cenderung sibuk.

Dalam menciptakan suatu produk yang berkualitas, biji kopi berasal dari petani terpilih dengan biji kopi berkualitas tinggi diproses dan dipanggang dengan sempurna untuk menghadirkan rasa kopi yang ringan, tidak terlalu kental dan pahit sehingga dapat dinikmati oleh semua orang. Selain itu, kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh, karena setiap pelayan memegang peran penting dalam menarik perhatian pelanggan dan kemampuan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.

Kemudian, dengan adanya suasana (*atmospherics*), kualitas produk dan pelayanan yang baik maka akan terciptanya kenyamanan (*convenience*) dan pengalaman bersantap (*dining experience*) yang baik juga, karena pelanggan merasa senang untuk berlama-lama berada di Fore Coffee. Setelah pelanggan merasa senang berada di Fore Coffee dengan suasana (*atmospherics*), kualitas produk, kualitas pelayanan yang diberikan maka akan menciptakan kepuasan pelanggan secara keseluruhan (*overall satisfaction*) terhadap produk dan pelayanan apakah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Setelah harapan pelanggan terpenuhi dan pelanggan merasa puas, maka muncul sebuah niat perilaku yang dirasakan pelanggan untuk menggunakan produk dan jasa secara terus menerus di Fore Coffee serta merekomendasikan dan mengatakan hal-hal yang positif kepada orang lain.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) di Fore Coffee?
2. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) di Fore Coffee?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee?
5. Apakah kenyamanan (*convenience*) berpengaruh terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) di Fore Coffee?
6. Apakah kenyamanan (*convenience*) berpengaruh terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee?
7. Apakah suasana (*atmospherics*) berpengaruh terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) di Fore Coffee?
8. Apakah suasana (*atmospherics*) berpengaruh terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee?
9. Apakah kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) berpengaruh terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee Indonesia?
10. Apakah kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) memediasi pengaruh antara kualitas makanan terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee?

11. Apakah kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee?
12. Apakah kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) memediasi pengaruh antara kenyamanan (*convenience*) terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee?
13. Apakah kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) memediasi pengaruh antara suasana (*atmospherics*) terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh peneliti. Maka dari itu, berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas makanan terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) di Fore Coffee.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas makanan terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) di Fore Coffee.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee.
5. Untuk mengetahui pengaruh dari kenyamanan (*convenience*) terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) di Fore Coffee.

6. Untuk mengetahui pengaruh dari kenyamanan (*convenience*) terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee.
7. Untuk mengetahui pengaruh dari suasana (*atmospherics*) terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) di Fore Coffee.
8. Untuk mengetahui pengaruh dari suasana (*atmospherics*) terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee?
9. Untuk mengetahui pengaruh dari kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee.
10. Untuk mengetahui kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) memediasi pengaruh antara kualitas makanan terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee.
11. Untuk mengetahui kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee.
12. Untuk mengetahui kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) memediasi pengaruh antara kenyamanan (*convenience*) terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee.
13. Untuk mengetahui kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) memediasi pengaruh antara suasana (*atmospherics*) terhadap niat perilaku pelanggan di Fore Coffee.



## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para peneliti selanjutnya dan para pembaca, terutama bagi konsumen yang berkunjung ke Fore Coffee. Oleh karena itu, manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

### 1. Manfaat Teoritis

Sebagai tambahan informasi tentang pengaruh pengalaman bersantap (*dining experience*) pelanggan terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) dan niat perilaku pelanggan. Manfaat lainnya, memberikan pengetahuan bahwa semakin baik pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan maka akan semakin menarik perhatian konsumen.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis dan tidak hanya bermanfaat secara teoritis saja. Manfaat yang diberikan bagi penulis yaitu dapat bermanfaat dalam implementasi mengenai pengalaman bersantap (*dining experience*), kepuasan pelanggan dan niat perilaku.

Selanjutnya, bagi peneliti berikutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan teori mengenai pengalaman bersantap (*dining experience*), kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) dan niat perilaku. Kemudian, bagi perusahaan penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi manajemen Fore Coffee dalam memberikan pengalaman bersantap (*dining experience*) sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan secara keseluruhan (*overall satisfaction*) dan niat perilaku untuk menggunakan produk dan jasa secara berulang.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dan pembaca dalam memahami serta memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian ini. Sistematika penulisan terdiri dari 5 bab yang terdiri dari:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bagian ini berisi tentang gambaran umum permasalahan yang akan di bahas oleh penulis yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini berisi tentang teori-teori yang digunakan sebagai bahan acuan peneliti dalam penulisan variabel pada penelitian ini berupa landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model penelitian.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bagian ini berisi tentang metode penelitian yang dipakai oleh peneliti, obejek penelitian, subjek penelitian, tempat penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran data, dan metode analisis data.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini berisi tentang tahapan dalam analisis data yang diperoleh dari kuesioner. Dalam bab ini berisi mengenai

karakteristik responden dalam penelitian serta menjelaskan mengenai analisis data yang diolah yaitu hasil statistika deskriptif, analisis data dan pembahasan terhadap variabel yang diteliti.

## **BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang pembahasan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan analisis data bab IV, implikasi manajerial, kelemahan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

