

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

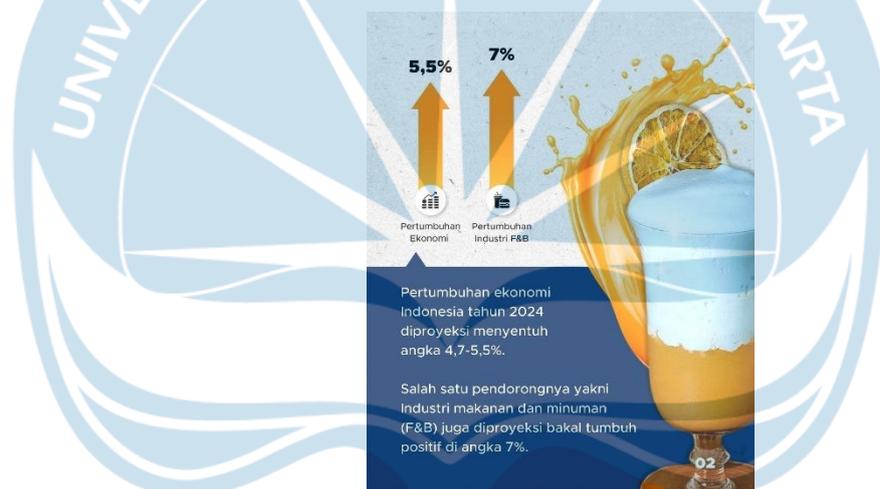
Perekonomian Indonesia telah mengalami perkembangan positif, tercermin dari pertumbuhan pesat dalam dunia bisnis, dimana semakin banyak pengusaha yang membuka dan memperluas usaha mereka. Di era bisnis saat ini juga menjadikan pelaku usaha pangan terus mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Salah satu sektor industri yang berkembang pesat di Indonesia adalah *food and beverage* (Mulady & Sumadi, 2023). Industri *food and beverage* merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat belakangan ini. Di dalam industri ini terdapat berbagai jenis bisnis yang fokus pada makanan dan minuman, termasuk layanan seperti restoran, kedai kopi, warung makanan cepat saji, katering, dan lain sebagainya. Pertumbuhan industri makanan dan minuman sangat menarik karena pasar di Indonesia yang luas dan berpotensi besar.

Hingga kini, industri *food and beverage* tetap menjadi yang paling dominan. Terlihat dari banyaknya kemitraan yang tumbuh di sektor *food and beverage*, baik dari *brand* kuliner yang sudah mapan maupun yang baru, yang terus meluncurkan produk-produk inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa industri kuliner masih menjadi yang paling diminati dan terus memperoleh respon yang positif dari masyarakat. Data Industri Research menunjukkan pertumbuhan industri *food and beverage* di Indonesia (Research, 2017).



Gambar 1. 1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman tahun 2011-2023

Sumber: Data Industri Research (Diakses pada 26 Maret 2024)

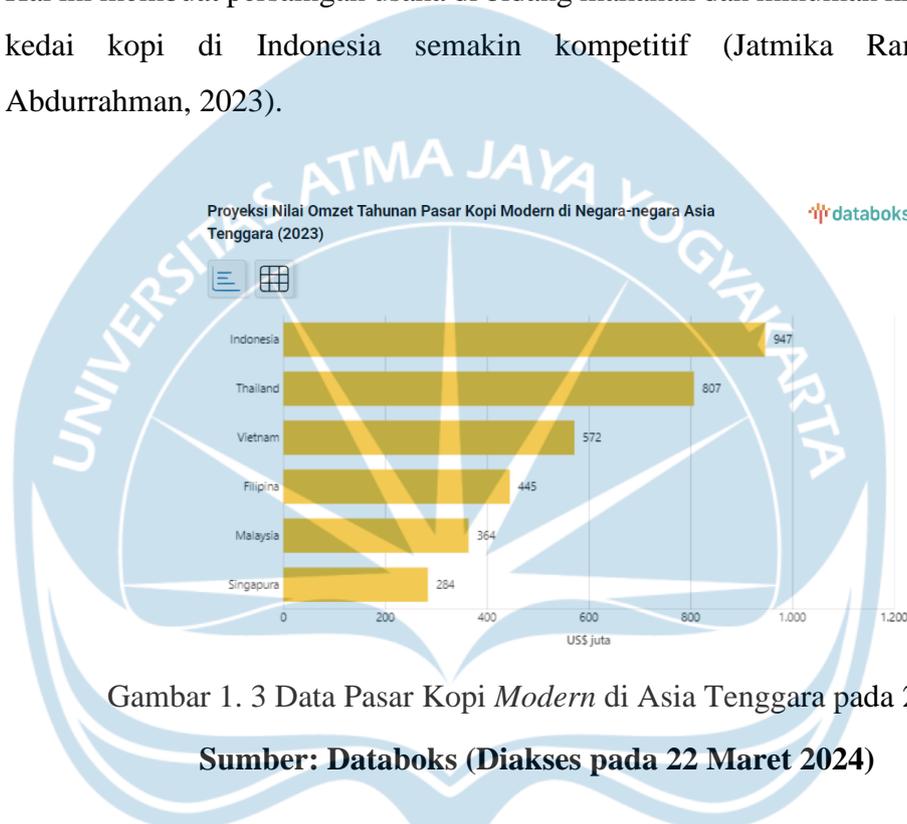


Gambar 1. 2 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman tahun 2024

Sumber: Instagram Goodstats.id (Diakses pada 26 Maret 2024)

Berdasarkan gambar diatas, Goodstats.id juga mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2024 diprediksi akan menyentuh angka 4,7-5,5%, salah satu pendorongnya dari industri *food and beverage* yang bakal tumbuh positif sebesar 7%. Saat ini, bisnis *food and beverage* yang sedang digemari di Indonesia adalah bisnis kedai kopi. Minum kopi kini sudah menjadi bagian gaya hidup anak-anak generasi milenial dan bukan hanya sebagai minuman untuk menghilangkan rasa kantuk. Meningkatnya minat masyarakat dalam mengkonsumsi kopi olahan dan perubahan kebiasaan aktivitas

masyarakat di Indonesia menyebabkan semakin banyak dan berkembangnya kedai kopi di Indonesia. Masyarakat kini lebih memilih beraktivitas di kedai kopi karena percaya bahwa tempat tersebut lebih dari sekedar tempat untuk mengkonsumsi kopi, mereka menganggap kedai kopi sebagai tempat hiburan. Hal ini membuat persaingan usaha di bidang makanan dan minuman khususnya kedai kopi di Indonesia semakin kompetitif (Jatmika Ramadhani, Abdurrahman, 2023).

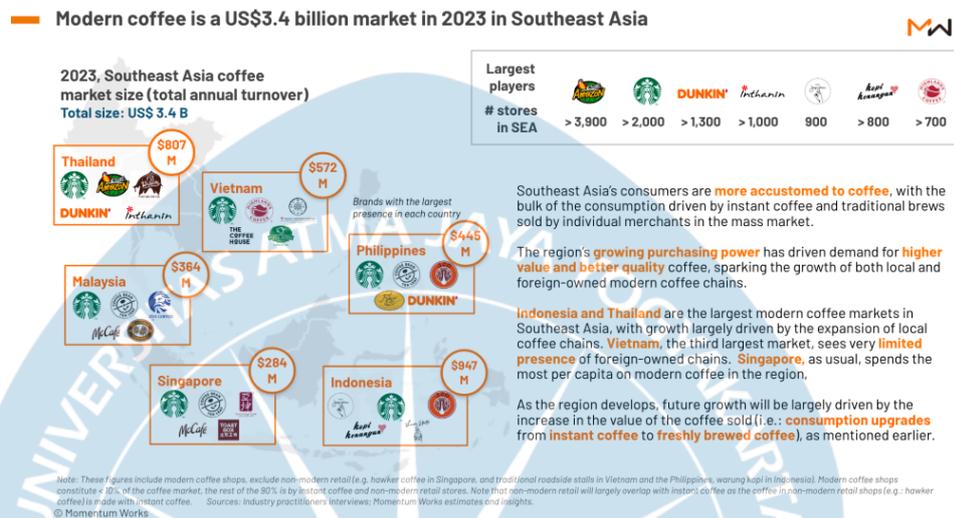


Gambar 1. 3 Data Pasar Kopi *Modern* di Asia Tenggara pada 2023

**Sumber: Databoks (Diakses pada 22 Maret 2024)**

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa Indonesia mendominasi pasar kopi *modern* di Asia Tenggara pada tahun 2023. Perkiraan nilai pasar untuk tahun 2023, Indonesia mencapai US\$947 juta, dihitung berdasarkan omzet tahunan dari pasar kopi modern di Indonesia. Pertumbuhan pasar kopi *modern* di Indonesia sebagian besar disebabkan oleh perluasan bisnis dari jaringan kedai kopi lokal. Thailand menempati posisi kedua dengan nilai pasar kopi *modern* sekitar US\$807 juta atau sekitar 23,6% dari total nilai pasar di Asia Tenggara pada tahun 2023. Vietnam berada di posisi ketiga dengan estimasi nilai pasar sebesar US\$572 juta. Filipina dan Malaysia masing-masing memiliki nilai pasar sekitar US\$445 juta dan US\$364 juta. Sedangkan, Singapura memiliki nilai pasar

kopi *modern* terendah di kawasan Asia Tenggara, yaitu sekitar US\$284 juta (Annur, 2023). Ini menandakan bahwa memang warga Indonesia gemar mengkonsumsi minuman kopi.



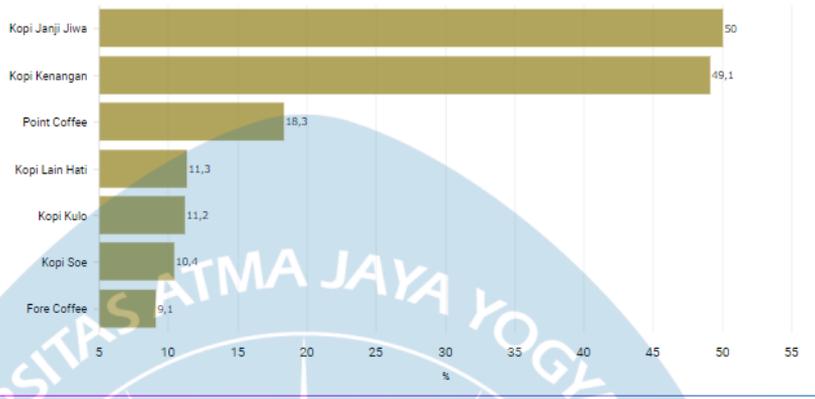
Gambar 1. 4 Pasar Kopi *Modern* di Asia Tenggara tahun 2023

Sumber: Daily Social (Diakses pada 26 Maret 2024)

Berdasarkan gambar diatas, terdapat dua *coffee shop* asal Thailand, Cafe Amazon dan Inthanin yang memiliki gerai terbanyak di Asia Tenggara dengan masing-masing sebanyak lebih dari 3.900 gerai dan 1.000 gerai. Dari Indonesia, terdapat kedai kopi Janji Jiwa dengan total 900 gerai dan Kopi Kenangan dengan total 800 gerai. Kemudian dari Vietnam terdapat Highland Coffee dengan 700 gerai. Starbucks dan Dunkin menjadi dua pemain *coffee shop* asing dengan gerai terbanyak, masing-masing memiliki 2.000 gerai dan 1.300 gerai (Nabila, 2023).

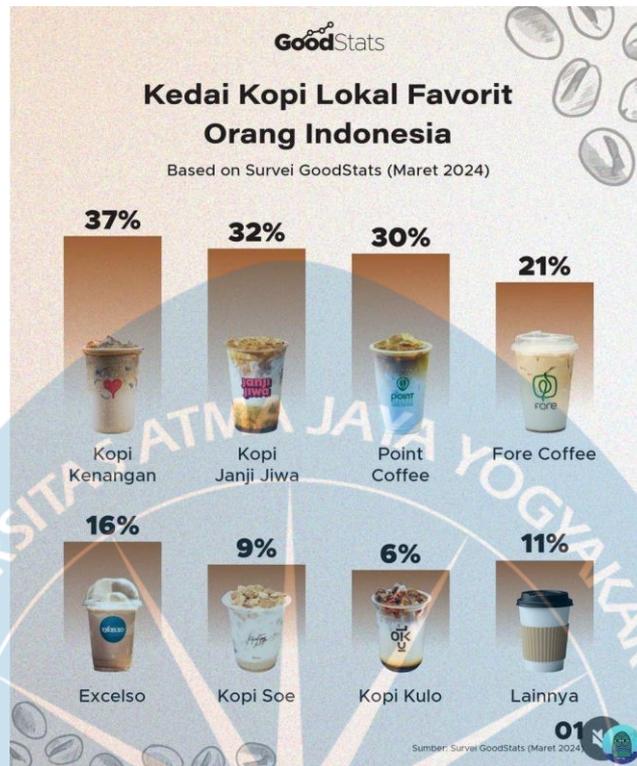
7 Kedai Kopi Lokal Terfavorit (2022)

databoks



Gambar 1. 5 Kedai Kopi Lokal Terfavorit Tahun 2022

Sumber: Databoks dan Goodstats.id (Diakses pada 02 Maret 2024)



Gambar 1. 6 Kedai Kopi Lokal Favorit Orang Indonesia Tahun 2024  
**Sumber: Instagram Goodstats.id (Diakses pada 14 April 2024)**

Kopi Kenangan bukan hanya termasuk ke dalam Pasar Kopi *Modern* di Asia Tenggara tetapi mereka juga berdasarkan gambar diatas Kopi Kenangan termasuk ke dalam 7 kedai kopi lokal terfavorit dan digemari oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2022. Kedai kopi dengan poin *Top Brand Index* (TBI) tertinggi yaitu Kopi Janji Jiwa dengan persentase mencapai 50%. Lalu disusul Kopi Kenangan menduduki peringkat kedua dengan selisih 0,9%, memperoleh poin 49,1%. Point Coffee meraih poin tertinggi ketiga, mencapai 18,3%. Menurut survei yang dilakukan oleh Goodstats.id juga mengatakan bahwa Kopi Kenangan menjadi kedai kopi lokal favorit masyarakat Indonesia, terlihat dari 37% responden yang setuju akan hal tersebut.

Kopi Kenangan, sebagai pelopor dalam industri minuman kopi di Indonesia, telah memainkan peran penting dalam perkembangan pasar kopi *modern* di negara ini. Dengan jaringan cabang yang meluas di seluruh Indonesia dan penjualan yang konsisten tinggi, Kopi Kenangan semakin menarik minat

konsumen di berbagai wilayah. Melalui pengenalan ragam kopi Indonesia yang unik, Kopi Kenangan berambisi untuk merambah pasar internasional. Dikutip dari artikel *Bisnis Style* yang dikatakan oleh *Head of Marketing* Kopi Kenangan yaitu mereka menargetkan pelanggannya dari umur 18 sampai dengan 35 tahun dimana anak muda yang sedang kuliah maupun kerja cukup aktif, tetapi seiring berjalannya waktu banyak umur diatas 35 tahun juga mengkonsumsi Kopi Kenangan ini sehingga Kopi Kenangan saat ini tidak ingin mematenkan target pelanggan mereka (Anggela, 2022).

Pilihan kopi dari Kopi Kenangan sangat diminati oleh generasi milenial karena terkenal dengan harga yang terjangkau. Selain terjangkau, beragam menu kopi dari Kopi Kenangan juga lezat dan tentu saja memiliki kualitas yang baik. Dari varian kopi hingga varian non-kopi, semua tersedia di sini. Menu kopi yang tersedia di Kopi Kenangan antara lain seperti Americano, Mocha Latte, Kopi Kenangan Mantan, Cappuccino, Caramel Latte, Dua Shot Iced Shaken, Hazelnut Latte, Kopi Kelapa, Salted Caramel Macchiato, Vanilla Latte, Kopi Dolce, Milo Dinosaurus, Susu Sultan Boba Gula Aren, Avocado Milk, Avocado Salted Caramel, 100% Cokelat, Kenangan Milk Tea with Sultan Boba, Kenangan Milk Tea with Grass Jelly Gula Aren, Hazelnut Choco Milk Tea, Jasmine Earl Grey Milk Tea, Thai Tea, Thai Green Tea, Raspberry Hibiscus Lemon Tea, Lemon Black Tea, 99% Jus Jeruk. Meskipun dikenal sebagai merek kopi terkemuka yang menyajikan produk berkualitas dengan harga terjangkau, tantangan muncul dengan semakin banyaknya pelaku bisnis kopi di pasaran. Meski begitu, pendiri Kopi Kenangan tetap berkomitmen untuk menjadikan kopi Indonesia sebagai ikon global yang dikenal luas.



Gambar 1. 7 Menu Produk Kopi Kenangan

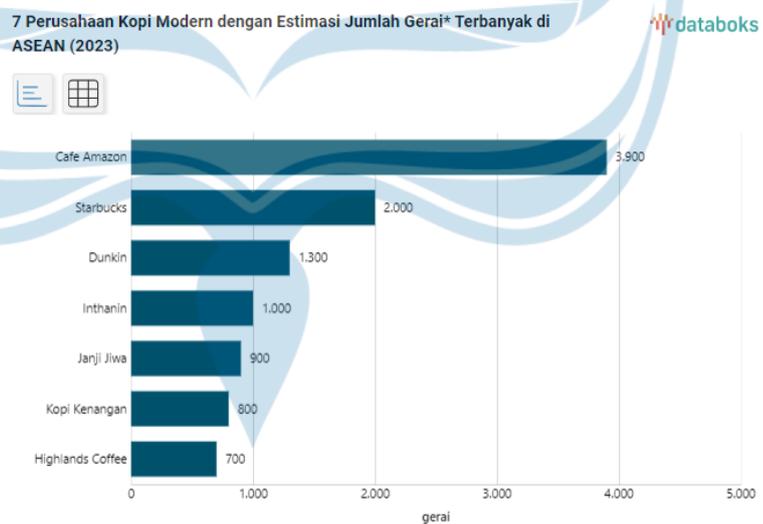
**Sumber: Situs Resmi Kopi Kenangan (Diakses pada 01 April 2024)**

Dalam menjalankan bisnis, para pengusaha perlu terus memantau dan memahami kebutuhan serta keinginan konsumen. Pemahaman mendalam tentang keinginan konsumen akan memberikan masukan yang berharga bagi sebuah perusahaan dalam merancang strategi pemasarannya. Saat mengunjungi sebuah toko, kebanyakan konsumen tidak hanya mencari produk makanan dan minuman, tetapi juga menilai kualitas layanan yang diberikan oleh toko tersebut. Ketika toko ini mampu memberikan layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen, hal ini akan menciptakan rasa kenyamanan yang positif bagi para konsumennya. Sebelumnya, Kopi Kenangan fokus pada konsep *grab and go*, namun seiring berjalannya waktu mereka melakukan inovasi dengan menyediakan suasana interior yang *modern* dan penuh dengan meja serta kursi bernuansa coklat muda dan hitam serta menghadirkan konsep kedai kopi yang lebih elegan dan nyaman agar pelanggan bisa *dine in* dan bersantai bersama teman, keluarga atau bahkan saat sendirian. Konsep ini dibuat berdasarkan kebiasaan masyarakat zaman sekarang yang cenderung lebih senang memesan sesuatu kemudian langsung berlanjut mengerjakan aktivitas lainnya di tempat untuk menghemat dan memanfaatkan waktu dengan baik. Pelanggan Kopi Kenangan juga dapat dengan mudah menjumpai *outlet* Kopi Kenangan, karena terletak di dalam berbagai mall, ruko, atau pusat perkantoran. Selain itu melalui situs resminya, Kopi Kenangan

meraih rekor MURI kategori Pembukaan Gerai Kopi Terbanyak dalam Satu Minggu, karena mereka berhasil membuka 26 outlet sekaligus dalam waktu seminggu di 13 kota yang ada di Indonesia.



Gambar 1. 8 Penerimaan Rekor MURI Gerai Kopi Terbanyak  
Sumber: Situs Resmi Kopi Kenangan (Diakses pada 29 Maret 2024)



Gambar 1. 9 Tujuh Perusahaan Kopi *Modern* yang memiliki Jumlah Gerai Terbanyak di ASEAN

Sumber: Databoks (Diakses pada 29 Maret 2024)

Penghargaan MURI Gerai Kopi Terbanyak yang didapatkan oleh Kopi Kenangan tersebut tidak hanya terjadi di dalam negeri saja namun Kopi

Kenangan juga termasuk salah satu perusahaan kopi *modern* yang memiliki banyak gerai terbanyak di ASEAN. Berdasarkan gambar diatas menunjukkan Cafe Amazon asal Thailand berada di posisi pertama dengan total 3.900 gerai kopi yang tersebar di Asia Tenggara, ini merupakan gerai kopi terbanyak di ASEAN. Posisi kedua dan ketiga diduduki oleh perusahaan kopi modern asal Amerika Serikat yaitu ada Starbucks dengan total 2.000 gerai kopi dan Dunkin dengan total 1.300 gerai kopi. Kemudian, posisi keempat yaitu berasal dari perusahaan kopi *modern* Thailand, Inthanin dengan total 1.000 gerai kopi. Selanjutnya, disusul oleh perusahaan kopi *modern* dari Indonesia yang berada pada posisi kelima dan keenam yaitu Janji Jiwa dengan total 900 gerai kopi dan Kopi Kenangan dengan total 800 gerai kopi. Sementara, posisi ketujuh ditempati oleh perusahaan kopi *modern* asal Vietnam, Highlands Coffee dengan total 700 gerai di Asia Tenggara.

Persaingan di industri kedai kopi semakin sengit dengan banyaknya pelaku usaha yang ikut meramaikan pasar. Hal ini menjadi tantangan besar bagi Kopi Kenangan untuk tetap unggul dalam menawarkan beragam minuman kopi yang menarik. Dibutuhkan strategi yang kuat dan terus menerus agar Kopi Kenangan tetap eksis dan dipilih oleh konsumen sebagai destinasi utama untuk menikmati kopi. Untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan yang dilakukan Kopi Kenangan diantaranya adalah dengan memberikan harga yang bersaing, memberikan berbagai promo di moment-moment tertentu untuk semua varian menunya. Dengan demikian, di masa mendatang konsumen akan merasa sangat puas dan loyal terhadap Kopi Kenangan, menjadikannya sebagai tujuan utama mereka dalam membeli minuman kopi. Hal ini terjadi karena memang pada umumnya pelanggan pelanggan yang merasa puas dengan apa yang mereka inginkan cenderung akan loyal dan tidak akan mencari tempat lain untuk melakukan pembelian.



Gambar 1. 10 Promo Lebaran Kopi Kenangan  
**Sumber: Instagram (Diakses pada 02 April 2024)**

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerjanya atau hasil yang dia rasakan dengan harapannya, yang pada akhirnya mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk perusahaan dan menjadi pedoman penting dalam meningkatkan kualitas layanan agar mencapai tingkat kepuasan yang optimal. Di sisi lain, loyalitas pelanggan menggambarkan perilaku pelanggan terkait dengan produk atau jasa perusahaan, yang sangat penting bagi sebuah perusahaan jasa dan produk untuk meningkatkan keuntungan, karena konsumen yang tidak loyal dapat beralih ke produk lain. (Jatmika Ramadhani, Abdurrahman, 2023).

Berdasarkan ulasan yang penulis temui di Google dan aplikasi pemesanan makanan *online* terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Kopi Kenangan dalam menjalankan usahanya yaitu diantaranya kualitas layanan yang didapat pelanggan lambat ketika ramai, pelayanan di kasir yang kurang baik terkait metode pembayaran yang membuat sulit pelanggan, sedikitnya tempat duduk untuk mengantri ketika pelanggan ingin *take away*, dan kualitas produk yang kurang karena minuman yang diterima pelanggan terlalu manis. Dari permasalahan tersebut, kualitas layanan dan produk yang diterima pelanggan akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Maka, untuk

meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, Kopi Kenangan meluncurkan sebuah aplikasi Kenangan App yang bertujuan agar pelanggan bisa memesan pesannya terlebih dahulu atau *pre order*, memilih takaran gula sesuai selera agar pelayan Kopi Kenangan bisa menyesuaikan dan pelanggan bisa memilih jam pesanan ingin diambil jam berapa sehingga tidak perlu mengantri panjang di kedai Kopi Kenangan secara langsung, dan juga untuk pembayarannya dilakukan secara *online* sehingga tidak membuat sulit pelanggan ketika tidak ada kembalian dari pihak kasir Kopi Kenangannya.



Gambar 1. 11 Aplikasi Kopi Kenangan

Sumber: Instagram (Diakses pada 03 April 2024)

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menjadi krusial bagi kelangsungan usaha. Meskipun telah banyak penelitian yang mengkaji pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, belum banyak penelitian yang secara khusus menggali dinamika ini dalam konteks industri kopi. Penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana kualitas layanan, kualitas produk, dan harga dapat saling berinteraksi untuk membentuk kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi loyalitas pelanggan di industri kopi. Sejalan dengan uraian di atas, maka peneliti tertarik

melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian ini tentang "Bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam kedai kopi". Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi karena dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana kualitas layanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di industri kopi, dengan fokus pada Kopi Kenangan. Penelitian ini tidak hanya membantu memahami faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, tetapi juga menawarkan pandangan yang luas atau menyeluruh dan praktis untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis di pasar kopi lokal, dan untuk menjawab masalah penelitian tersebut, akan digunakan pertanyaan-pertanyaan penelitian berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kenangan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi tanggapan dan mengetahui seberapa besar daya beli konsumen melalui kualitas layanan,

kualitas produk, dan harga yang ditawarkan sehingga dapat mengetahui cara meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang baik dan bagus. Maka dari itu, melalui penjelasan diatas diharapkan penelitian ini dapat membantu:

1. Memahami pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan.
2. Memahami pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan.
3. Menganalisis dampak harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan.
4. Menilai dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Kenangan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di Kopi Kenangan. Melalui pemahaman mendalam tentang faktor-faktor ini, penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis yang signifikan dalam konteks manajemen pemasaran. Analisis terhadap pengaruh kualitas layanan akan memberikan wawasan tentang sejauh mana pengalaman pelanggan dalam berinteraksi dengan merek. Evaluasi terhadap kualitas produk akan membantu memahami sejauh mana produk memenuhi ekspektasi pelanggan. Selain itu, pemahaman mengenai pengaruh harga dapat memberikan gambaran mengenai sensitivitas pelanggan terhadap aspek harga dalam keputusan pembelian. Dengan merinci dampak ketiga faktor ini terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas, penelitian ini dapat memberikan landasan teoritis yang kuat bagi praktisi pemasaran dan peneliti di bidang ini, serta memberikan pandangan yang lebih baik tentang strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan merek Kopi Kenangan.

## 2. Manfaat praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pelaku usaha bisnis atau perusahaan *coffee shop* yang ada di Indonesia, dalam pengambilan keputusan dan penentuan strategi-strategi selanjutnya yang lebih efektif untuk memenangkan persaingan di pasar serta dapat memberikan gambaran tentang kualitas produk dan kualitas layanan agar mendapatkan loyalitas dari para konsumennya.
- b. Bagi masyarakat atau konsumen, dengan mengungkap keterkaitan erat antara kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Kopi Kenangan, penelitian ini meresap ke kehidupan sehari-hari konsumen, menawarkan wawasan berharga untuk menciptakan pengalaman kopi yang lebih memuaskan. Hasilnya dapat memberikan panduan praktis bagi masyarakat Indonesia dalam memilih tempat kopi yang tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga membangun ikatan emosional yang kuat melalui kepuasan pelanggan dan loyalitas yang berkelanjutan.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum dari permasalahan yang akan dibahas. Dalam pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang penjelasan terkait variabel yang peneliti gunakan dan berisi teori-teori yang peneliti ambil dari proses penelitian terdahulu untuk mendukung penelitian ini. Dalam tinjauan pustaka terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang metode-metode yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini. Dalam metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, objek, subjek, dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, pengukuran data, alat analisis data, metode analisis data, dan prosedur penelitian.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang proses memperoleh data, melakukan pengujian data, mengolah data yang peneliti sudah dapatkan, serta pemaparan hasil penelitian dan pembahasan semua data yang diperoleh lalu mencari tahu sejauh mana permasalahan dipecahkan.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang bagian akhir dari suatu penelitian yang telah dilakukan. Dalam penutup memuat kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran penelitian kedepan.