

BAB I

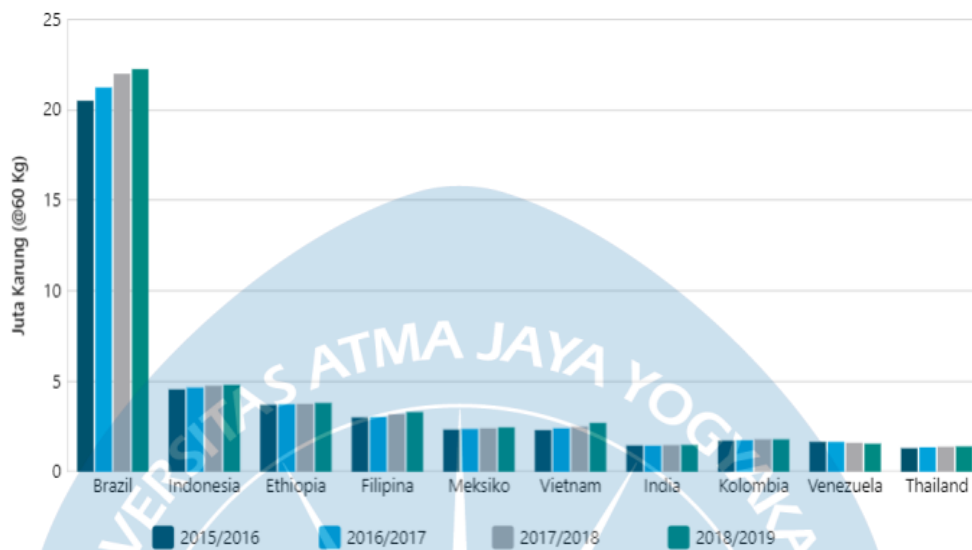
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini bisnis di Indonesia memiliki beragam jenis, salah satunya adalah bisnis di bidang kuliner yang semakin populer dan digemari oleh masyarakat. Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Juni 2022, jumlah usaha kuliner di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 11.223 buah (goodstats.id, 2022). Salah satu jenis usaha kuliner yang sedang populer saat ini adalah usaha kuliner perkopian. Kopi telah menjadi minuman yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Sampai saat ini, minuman kopi tetap diminati oleh berbagai lapisan masyarakat, baik dari kalangan ekonomi bawah maupun kalangan ekonomi atas sehingga dapat dikatakan kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan Indonesia yang banyak peminatnya.

Indonesia juga terkenal sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Menurut sumber databoks.katadata.co.id (2023), Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA) menyatakan Indonesia merupakan negara yang menempati peringkat ketiga sebagai produsen kopi terbesar di dunia. Selain menjadi salah satu produsen kopi terbesar di dunia, minat masyarakat terhadap minuman kopi juga sangat tinggi dan telah menjadi tren populer. Pada tahun 2023 masyarakat Indonesia 79% adalah peminum kopi dan kebanyakan di antaranya mengkonsumsi kopi setiap hari (*ottencoffee.co.id*).

Fenomena tersebut tercermin dalam grafik 10 negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia berdasarkan sumber databoks.katadata.co.id (2019) di bawah ini:



Gambar 1. 10 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar Dunia
Sumber: databoks.katadata.co.id (2019)

Grafik di atas menunjukkan konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya dan negara ini menempati peringkat kedua sebagai konsumen kopi terbesar di dunia, dengan jumlah konsumsi mencapai 4,55 juta karung kopi berukuran 60 kg. Menurut kontan.co.id, Asosiasi Pengusaha Kopi dan Coklat Indonesia (APKCI) memperkirakan pada tahun 2023, jumlah kedai kopi di Indonesia akan mencapai 10 ribu toko. Peningkatan bisnis kedai kopi dan tingginya minat konsumsi kopi pada masyarakat Indonesia tentunya berdampak pada persaingan antar merek kopi yang semakin ketat khususnya pada *brand* kopi lokal. Oleh karena itu, pemilik suatu *brand* kopi dituntut untuk selalu melakukan inovasi dan menunjukkan kualitas terbaiknya karena hal tersebut bisa memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh

mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima. Berikut empat kedai kopi lokal yang saat ini masuk dalam *top brand award* Indonesia menurut topbrand-award.com:

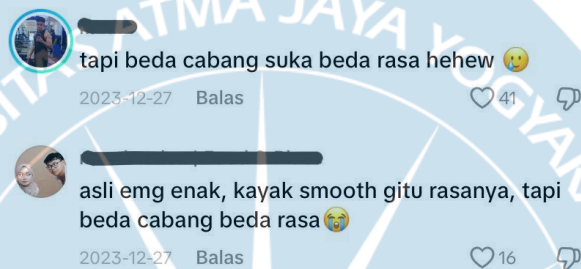


Gambar 1.2 Hasil Komparasi Brand Kategori Makanan dan Minuman, Sub kategori: Kedai Kopi
Sumber: topbrand-awards.com

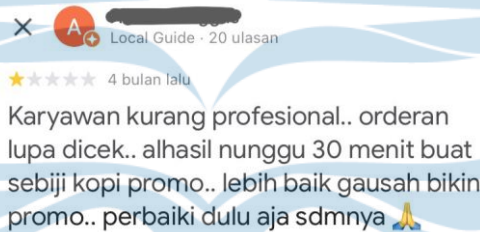
Dari grafik tersebut terdapat 4 merek kedai kopi yang terkenal di Indonesia dan salah satu kedai kopi lokal yang konsisten adalah Janji Jiwa. Janji Jiwa berdiri pada 15 Mei 2018, mengadopsi konsep *fresh-to-cup* dengan menyajikan pilihan kopi lokal asli Indonesia dengan citra rasa klasik. Janji Jiwa dapat konsisten melampaui *brand* kopi lokal lainnya, namun pada tahun 2022 Janji Jiwa sempat mengalami penurunan. Meskipun saat ini Janji Jiwa sudah kembali menduduki peringkat pertama, namun Janji Jiwa tetap perlu berupaya mempertahankan kualitas yang terbaik karena tak terlepas dari adanya kekurangan. Menurut Ernawati (2019) kualitas produk adalah suatu faktor penting yang memengaruhi keputusan setiap

pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut.

Peneliti menemukan beberapa ulasan buruk yang diberikan pelanggan melalui sosial media seperti Tiktok dan *Google Review*. Berikut terdapat beberapa ulasan buruk yang ditemukan di sosial media:



**Gambar 1.3 Ulasan Pelanggan Tiktok
Sumber: Tiktok, Desember 2023**



**Gambar 1.4 Ulasan Pelanggan *Google Review*
Sumber: *Google Review*, April 2024**

Ketika produk atau layanan berkualitas tinggi maka dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang mendorong pelanggan untuk kembali lagi dan merekomendasikan kepada orang lain. Menurut Jeremia dan Djurwati (2019) loyalitas pelanggan merupakan sebuah hasil yang didapat dari kepuasan pelanggan akan sebuah produk barang atau jasa, loyalitas ini memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti pelanggan yang loyal melakukan pembelian yang berulang-ulang pada produk perusahaan.

Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut, oleh karena itu, penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi: Studi pada Pelanggan Janji Jiwa”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Janji Jiwa?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih spesifik dan fokus, peneliti memuat batasan sebagai berikut:

1. Menurut Ernawati (2019) kualitas produk adalah suatu faktor penting yang memengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut.

2. Menurut Kotler dan Keller (2018) loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.
3. Menurut Priharto (2020) kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh:

1. Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa.
2. Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Janji Jiwa.
3. Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa.
4. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis:

Diharapkan dapat membantu memberikan pengetahuan secara teoritis untuk penelitian selanjutnya serta sebagai tambahan teori yang telah ada sehubungan dengan masalah yang diteliti. Selain itu, diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah referensi bagi yang akan melakukan penelitian, khususnya

penelitian yang berkaitan dengan variabel kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis:

- a) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman dan dijadikan wawasan pada suatu merek terkait pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
- b) Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi peneliti terkait dengan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
- c) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi para usaha lainnya dalam rangka menciptakan loyalitas merek dan kualitas produk khususnya yang terkait dengan kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Laporan

Berikut adalah daftar lima bab, yang disusun sesuai dengan sistematika penulisan:

Bab I Pendahuluan

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang menjadi landasan penelitian ini yang meliputi kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Pada bab ini juga terdapat penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang lokasi penelitian, populasi dan sampel peneliti, metode pengambilan sampel, data dan sumber data, instrumen penelitian, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan tentang objek penelitian yang meliputi gambaran umum, deskripsi data yang terkumpul, hasil analisis data yang telah dilakukan, dan pembahasan mendalam terhadap temuan yang diperoleh dari analisis tersebut.

Bab V Penutup

Bab ini membahas tentang simpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran.

