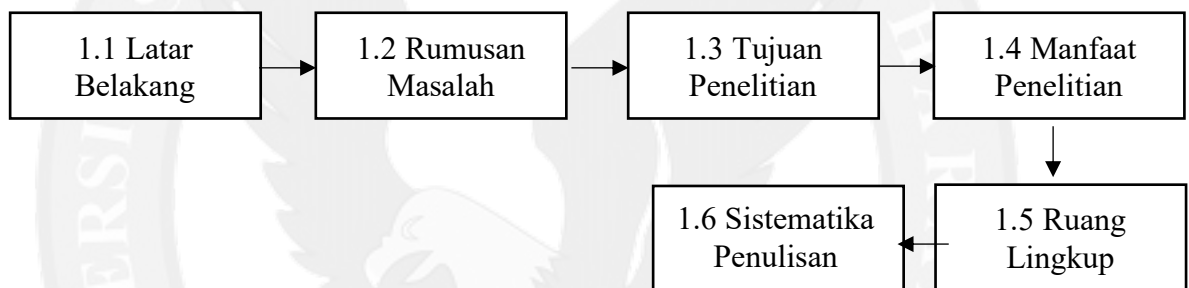


BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab pertama akan dibahas beberapa materi yang berisi: latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian dengan tujuan untuk membantu peneliti dalam menentukan dan meneliti masalah dari studi ini.

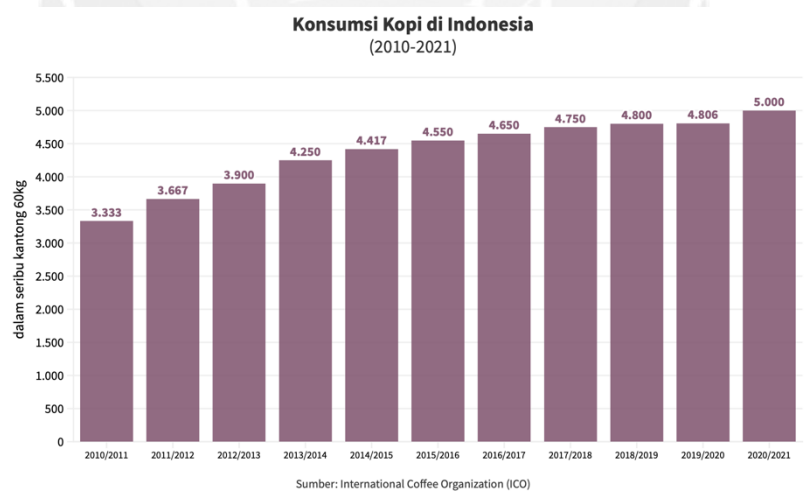


1.1 Latar Belakang

Café (kafe) merupakan tempat dimana pelanggan datang dan memesan makanan hingga minuman sembari bersantai dan berbincang-bincang (Maulidi, 2017). *Café* diambil dari sebuah istilah di dalam Bahasa Perancis yaitu memiliki arti kopi. Hal ini disebabkan karena warga lokal menyebut kedai kopi dengan istilah *café*. Perkembangan bisnis *café* di Perancis sangat pesat sehingga dikenal dengan negeri *café*, hampir di seluruh bagian Perancis terdapat *café*.

Di dalam beberapa tahun terakhir ini masyarakat Indonesia pun tertarik dalam mendirikan usaha *café*, dan usaha *café* kini sudah menjadi trend dan

mendominasi di dalam dunia bisnis restoran di Indonesia (Hendrayani, 2022). Berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO), pada periode 2020/2021 konsumsi kopi di Indonesia mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram. Jumlah ini meningkat 4,04% dibandingkan pada periode sebelumnya yang berjumlah 4,81 juta kantong berukuran 60 kilogram (Mahmudan, 2022).



Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Kopi 2010-2021

Sumber : DataIndonesia.id, 2021

Dari grafik diatas, dapat dilihat dengan jelas bahwa terjadinya peningkatan dalam konsumsi kopi selama 11 periode terakhir dari tahun 2010 hingga tahun 2021.

Dalam 5 tahun terakhir terjadi pertumbuhan bisnis *café* dan kedai kopi di Indonesia. Dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, kedai kopi mengalami peningkatan sampai lebih dari 3 kali lipat, yaitu pada tahun 2016 terdapat 1.083 *outlet* dan di akhir tahun 2019 menjadi 3.000 outlet, hal ini terjadi karena untuk membuka bisnis

café sekarang lebih mudah dibandingkan dulu (Fajar, 2020). Hal ini dapat terlihat bahwa saat ini banyak brand kopi yang bertebaran di Indonesia. Contohnya adalah *Starbucks*, *Maxxcoffee*, Janji Jiwa dan Kopi Kenangan. *Starbucks* sudah ada di Indonesia selama 20 tahun dan hingga saat ini sudah terdapat jumlah gerai sampai dengan total 500 gerai (Ruhlessin, 2022). Sudah 7 tahun semenjak 2015 *Maxxcoffee* membuka gerai pertamanya di Cikarang, kini gerai *Maxxcoffee* sudah mencapai jumlah 80 (Saleh, 2021). Walaupun Janji Jiwa baru dibuka pada tahun 2018, kini gerai Janji Jiwa sudah mencapai jumlah 1.000 gerai (Fitri, 2022). dan Kopi Kenangan yang memulai langkah pertamanya di tahun 2017 sudah memiliki gerai yang mencapai jumlah 672 (*Outlets — Kopi Kenangan*, n.d.).

Dari sekian banyak *café* yang ada di Indonesia, tidak semua mengalami keberhasilan dan kesuksesan yang sama yaitu laris dan disukai pelanggan. Ada beberapa *café* yang bahkan sejak berdirinya jarang dikunjungi oleh customer. Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) pada 2021 menerima data setidaknya sudah terdapat 1.500 restoran yang tutup, itu hanya yang berada di daerah Jabodetabek, belum seluruh Indonesia (Arifin, 2021). Tentu hal ini merupakan sebuah dampak dari pandemi covid-19 yang merupakan sebuah *force major* yang tidak dapat kita hindari.

1.1.1 Tentang Kopi Nako

Kopi Nako adalah sebuah *café* yang menyajikan berbagai macam minuman, diantaranya minuman kopi dan yang non-kopi serta tersedia juga makanan ringan dan makanan berat. *Café* ini didirikan sejak tahun 2016

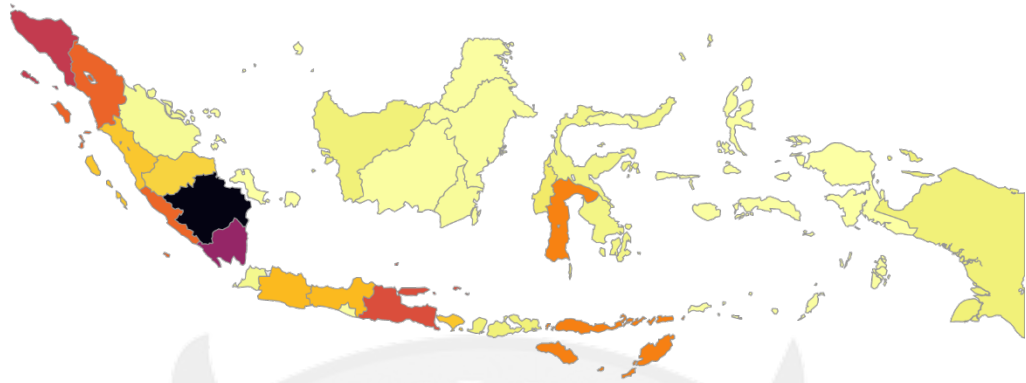
oleh Kanma Group di Jalan Pajajaran Indah V no.7 yang berlokasi di Bogor. Kopi Nako merupakan bagian dari Warung Nako yang dibuat dengan tujuan untuk mengembangkan cabang dan kemitraaan. Pada saat ini outlet Kopi Nako telah tersebar di beberapa daerah seperti Alam Sutera, Depok, Tebet, Cibubur, Cinere, Bintaro dan masih banyak lagi. Hingga saat ini Kopi Nako sudah memiliki 30 outlet yang tersebar di JABODETABEK serta Bandung.

Terdapat minimal 30 *café* yang berlokasi di Alam Sutera. Kopi Nako Alam Sutera merupakan salah satu *café* yang berada di Alam Sutera. Dengan banyaknya *café* yang berada di lokasi tersebut, Kopi Nako Alam Sutera menjadi salah satu *café* yang selalu ramai didatangi *customer*.



Gambar 1.2 Kopi Nako Alam Sutera

Sumber : Wisata Milenial, 2022



Gambar 1.3 Produksi Kopi Indonesia Menurut Provinsi

Sumber : Databoks (2019)

Di Indonesia lumbung kopi terdapat di Sumatera, terdapat 514.000 ton atau sekitar 71% produksi kopi nasional yang dihasilkan oleh pulau Sumatera. Provinsi dengan produksi kopi terbanyak merupakan Sumatera Selatan dengan 251.000 ton (Kusnandar, 2019). Berdasarkan data tersebut, penghasilan kopi di Indonesia cukup besar sehingga menarik minat berwirausaha dalam bidang *food and beverage* yang berfokus kepada kopi. Salah satu usaha kopi yang menarik perhatian penulis adalah Kopi Nako Alam Sutera, walaupun baru berdiri pada tahun 2021 hingga saat ini 2022 Kopi Nako Alam Sutera selalu memiliki konsumen yang banyak. Berdasarkan Analisa penulis, Kopi Nako Alam Sutera memiliki pelayanan yang baik serta lokasi dan tempat duduk yang nyaman. Hal ini menjadi alasan mengapa peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam menggunakan variabel *service quality, brand image, store atmosphere, customer satisfaction* dan *customer loyalty*

1.2 Rumusan Masalah

Setelah memperhatikan dan mendalami latar belakang masalah maka dapat diperoleh rumusan masalah ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Service Quality* memiliki pengaruh positif pada *Customer Satisfaction* Kopi Nako?
2. Apakah *Brand Image* memiliki pengaruh positif pada *Customer Satisfaction* Kopi Nako?
3. Apakah *Store Atmosphere* memiliki pengaruh positif pada *Customer Satisfaction* Kopi Nako?
4. Apakah *Service Quality* memiliki pengaruh positif pada *Customer Loyalty* Kopi Nako?
5. Apakah *Brand Image* memiliki pengaruh positif pada *Customer Loyalty* Kopi Nako?
6. Apakah *Store Atmosphere* memiliki pengaruh positif pada *Customer Loyalty* Kopi Nako?
7. Apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif pada *Customer Loyalty* Kopi Nako?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah merumuskan permasalahan sebagaimana diatas, maka ditetapkanlah tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *Service Quality* memiliki pengaruh positif pada *Customer Satisfaction* Kopi Nako.

2. Untuk mengetahui apakah *Brand Image* memiliki pengaruh positif pada *Customer Satisfaction* Kopi Nako.
3. Untuk mengetahui apakah *Store Atmosphere* memiliki pengaruh positif pada *Customer Satisfaction* Kopi Nako.
4. Untuk mengetahui apakah *Service Quality* memiliki pengaruh positif pada *Customer Loyalty* Kopi Nako.
5. Untuk mengetahui apakah *Brand Image* memiliki pengaruh positif pada *Customer Loyalty* Kopi Nako.
6. Untuk mengetahui apakah *Store Atmosphere* memiliki pengaruh positif pada *Customer Loyalty* Kopi Nako.
7. Untuk mengetahui apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif pada *Customer Loyalty* Kopi Nako.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang telah dilakukan akan memiliki manfaat yang dibagi menjadi dua yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis yang dijabarkan sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Dari penelitian ini maka akan dapat diperoleh bagaimana sesungguhnya pengaruh *service quality*, *brand image* dan *store atmosphere* pada *Customer Loyalty*.

2. Dari penelitian ini maka akan dapat diperoleh bagaimana sesungguhnya pengaruh *service quality*, *brand image* dan *store atmosphere* pada *customer satisfaction*
3. Dari penelitian ini juga maka akan dapat diperoleh bagaimana sesungguhnya antara *Customer Loyalty* dan *customer satisfaction* saling mempengaruhi.
4. Penelitian ini berguna dan bermanfaat untuk mendukung peneliti dalam merintis usaha yang sama dengan penelitian ini namun dengan menggunakan nama *café* yang berbeda, nama variable yang berbeda dan dengan konsep yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Dari penelitian ini, diperoleh manfaat yang diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan informasi yang dapat terpercaya.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat menghasilkan ide-ide yang kreatif dan orisinil dalam mengembangkan bisnis *café*.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab permasalahan pada kegagalan-kegagalan yang dialami para pengusaha bisnis *café*.
4. Penelitian ini juga menjadi jalan untuk mengetahui kelemahan serta kekuatan gerai Kopi Nako Alam Sutera untuk diperbaiki dan ditingkatkan.

5. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengusaha yang baru terjun dalam bisnis *café*.

1.5 Kerangka Sistematis Penelitian

Penelitian berjudul Pengaruh *Service Quality, Brand Image, dan Store Atmosphere* terhadap *Customer Loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Kopi Nako Alamsutera. Memiliki kerangka sistematis penulisan penelitian yang terbagi menjadi 5 bab diantaranya yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam penulisan BAB I penulis menjabarkan kedalam beberapa sub bab penelitian yang terdiri dari : latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kerangka sistematis penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada BAB II terisi landasarn teori mengenai hasil penelitian yang telah dirumuskan dengan rumusan masalah yang ada. Pada BAB landasan teori didapatkan beberapa kumpulan jurnal sebelumnya, sumber sumber mengenai variable yang diteliti dan pada bab ini juga membahas variable-variable yang dipakai didalam penelitian ini

BAB III : METODE PENELITIAN

BAB III yaitu metode penelitian membahas tata cara, cara penulisan dan metode yang digunakan oleh peneliti didalam membuat penelitian. Objek penelitian, unit analisis, tipe penelitian, operasional variable penelitian,

populasi, sample, metode pengumpulan data, pengujian penelitian, hasil uji penelitian, uji pretest realibilitas, dan uji validitas merupakan isi dari BAB III

BAB IV : HASIL

Di dalam BAB IV membahas dan menjelaskan hasil serta diskusi yang dilakukan dan menjelaskan mengenai keterkaitan antara variable-variable dan juga menjelaskan hasil hitungan uji statistic dari data yang telah diperoleh dan telah diolah menjadi data yang valid serta menjelaskan jawaban dari pertanyaan awal penelitian bahwa hasil yang telah diperoleh oleh peneliti akurat dan lebih kepada seperti membuat awal dari kesimpulan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V merupakan bab terakhir didalam penelitian ini. Pada bab ini berisi hasil kesimpulan secara lengkap dan rinci yang diawali dari sub bab awal hingga akhir yang digabungkan menjadi suatu kesimpulan. Dari hasil kesimpulan yang ada diharapkan agar dapat menjadi sebuah peluang untuk rekomendasi bisnis khususnya model *café* di kemudian hari.