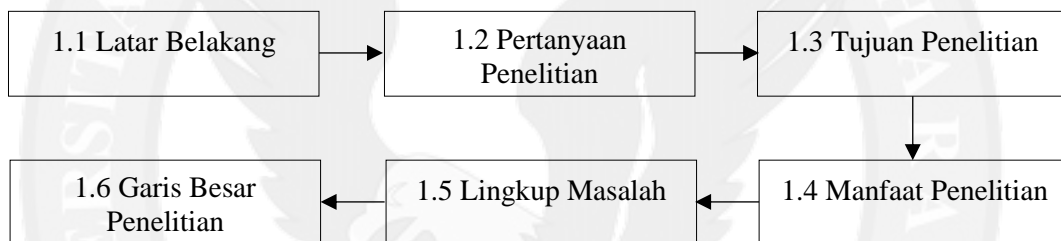


# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan terkait latar belakang dari penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lingkup masalah, serta garis besar pada penelitian ini. Bab ini juga menguraikan permasalahan serta keseluruhan alur penelitian yang membahas tentang faktor-faktor pembentuk *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*. Alur penulisan bab ini dijelaskan pada Gambar 1.1 sebagai berikut:

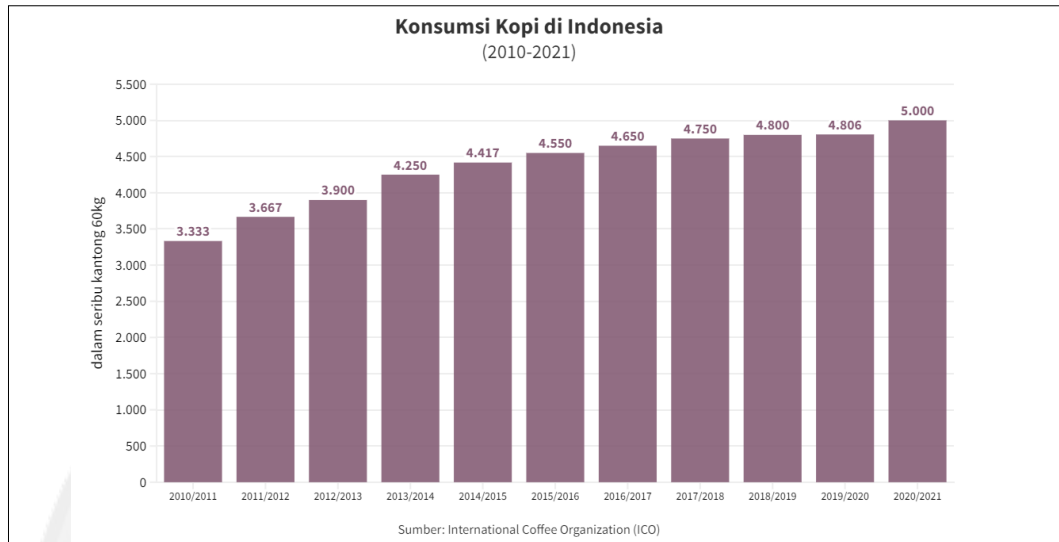


Gambar 1.1 Alur Penulisan Bab I  
Sumber: Data Diolah (2022)

### 1.1 Latar Belakang

Pada abad ini, *hangout* atau nongkrong telah menjadi budaya sekaligus kebutuhan masyarakat Indonesia. Selain untuk bekerja, *hangout* juga menjadi sarana masyarakat untuk berkumpul dan mengadakan pertemuan. Salah satu tempat yang paling digemari saat ini adalah kedai kopi atau *coffee shop* (Widiyanti dan Harti, 2021). Minum kopi sembari berkumpul dan melepas penat sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia, khususnya di Kota Jakarta (Setyaningsih, 2018).

Hal ini dibuktikan dengan data konsumsi kopi di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya sebagai berikut:



Sumber: Data Indonesia (2022)

Fenomena ini menarik minat para pengusaha milenial untuk menjalankan bisnis *coffee shop*, baik usaha mandiri maupun waralaba (Gumiwang, 2018). Hingga tahun 2019, jumlah *coffee shop* di Indonesia telah mencapai 2.937, yang mana meningkat tiga kali lipat dari tiga tahun sebelumnya (NowJakarta, 2022). Tidak terbatas pada usaha *start up*, para pebisnis *market leader coffee shop* turut berlomba-lomba memperluas jaringan dengan memperbanyak jangkauan outlet di seluruh Indonesia.

Dikutip dari data Statista (2020), lima *brand* dengan jumlah outlet terbanyak di Indonesia dari Agustus 2019 hingga April 2020 diraih oleh *brand* Janji Jiwa dengan jumlah 800 outlet, Starbucks dengan jumlah 440 outlet, Kulo dan Kopi Kenangan masing-masing sejumlah 300 outlet, dan Excelso dengan jumlah 126 *outlet*. Pertumbuhan usaha *coffee shop* yang kian pesat ini meningkatkan ancaman persaingan bisnis pada industri kopi di Indonesia (Mutia, 2018). Tidak sedikit

pengusaha kedai kopi yang mengeluhkan penurunan penjualan akibat banyaknya jumlah pesaing pada bisnis yang serupa (Dhisasmito dan Kumar, 2020). Penurunan penjualan juga dirasakan oleh *market leader*, salah satunya adalah Excelso.

Excelso merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Santos Jaya Abadi. Kedai kopi pertama Excelso didirikan pada tahun 1991 di Plaza Indonesia, Jakarta (Fransisca et al, 2020). Hingga saat ini komposisi gerai Excelso adalah 55% *franchise* dan 45% *owned store* oleh perusahaan. Sebagai salah satu pencetus kedai kopi lokal, Excelso telah memenangkan penghargaan *Franchise Top of Mind* selama empat kali berturut-turut hingga tahun 2016 (Ruslina, 2019). Meskipun demikian, sejak tahun 2016 Excelso mengalami penurunan *market share* (Natalia, 2018). Penelitian Thessalonica dan Pangemanan (2018) membandingkan minat konsumen terhadap kedai kopi Excelso dengan kedai pesaing dan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih membeli mengunjungi kedai kopi pesaing dibandingkan kedai Excelso.

Untuk memahami lebih lanjut tentang persepsi konsumen terhadap Excelso, pada penelitian ini dilakukan wawancara singkat terhadap empat orang narasumber yang dipilih secara acak, yaitu konsumen yang pernah mengunjungi kedai kopi Excelso lebih dari satu kali dalam satu tahun terakhir. Berikut merupakan pertanyaan yang diajukan:

- Q1. Seberapa sering Anda mengunjungi kedai Excelso?
- Q2. Apa yang membuat Anda memilih mengunjungi kedai Excelso?
- Q3. Apakah Anda puas dengan pengalaman berkunjung ke Excelso? Mengapa?

Q4. Apakah Anda akan kembali mengunjungi Excelso dalam waktu dekat?  
Mengapa?

Pada wawancara singkat diajukan empat pertanyaan kepada empat orang narasumber yaitu JI (27 tahun), CV (23 tahun), HW (31 tahun), dan CA (25 tahun).

Berikut adalah rangkuman hasil wawancara singkat yang telah dilakukan:

Tabel 1.1 Hasil Wawancara Singkat Pendahuluan

Narasumber	Q1	Q2	Q3	Q4
JI (27 tahun)	Sesekali saat <i>meeting</i>	Suasana yang tenang dan nyaman	Puas karena tempat nyaman	Ya, karena cocok untuk <i>meeting/kerja</i>
CV (23 tahun)	Sesekali saat <i>hangout</i> bersama teman	Hidangan enak, tempat nyaman	Puas karena enak dan nyaman	Ya, karena cocok dengan menu
HW (31 tahun)	Dua kali dalam dua bulan terakhir	Cocok untuk <i>meet up</i> dengan teman atau klien	Standar, rasa makanan biasa, harga lumayan mahal, namun tempat nyaman	Belum tentu, namun bisa jadi jika diajak teman
CA (25 tahun)	Jarang	Diajak teman	Kurang puas karena pelayanan lama, namun makanan enak	Tidak yakin karena banyak tempat lain yang harganya lebih terjangkau

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Dari hasil wawancara singkat di atas didapatkan bahwa dua narasumber yaitu JI (27 tahun) dan CV (23 tahun) merasa puas atas kunjungan di kedai Excelso karena tempat yang nyaman dan berniat berkunjung kembali dalam waktu dekat. Narasumber HW (31 tahun) menyatakan kedai Excelso nyaman meskipun harga menu termasuk mahal, sedangkan CA (25 tahun) kurang puas dan tidak yakin akan berkunjung dalam waktu dekat karena pelayanan yang lama dan memilih tempat lain dengan harga yang lebih terjangkau. Dengan demikian ditemukan bahwa tiga dari empat narasumber memiliki persepsi yang baik terhadap suasana kedai Excelso. Dua dari empat narasumber memiliki persepsi bahwa harga menu cukup mahal, dan satu dari empat narasumber memiliki persepsi buruk tentang pelayanan

di kedai Excelso. Dari empat narasumber, dua di antaranya puas dan akan berkunjung kembali, sedangkan dua lainnya tidak yakin akan mengunjungi kembali dalam waktu dekat.

Berkaitan dengan hasil wawancara yang didapatkan, Dhisasmito dan Kumar (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan (*service quality*), *store atmosphere*, dan *price fairness* merupakan tiga faktor penting yang membentuk *Customer Satisfaction* serta *loyalty* terhadap *coffee shop*. Hasil penelitian serupa dikemukakan oleh Suryana et al (2022) yaitu bahwa *service quality*, *store atmosphere*, dan harga secara positif dan signifikan meningkatkan kesetiaan pelanggan terhadap *coffee shop*. Kualitas pelayanan yang baik, atmosfer yang baik, serta harga yang sesuai dapat meningkatkan *Customer Satisfaction* dan secara signifikan berdampak pada *Customer Loyalty* terhadap *coffee shop* (Sudiyono, 2020).

Dari hasil wawancara pendahuluan diketahui bahwa tiga dari empat narasumber memiliki penilaian yang baik terhadap *store atmosphere* pada *coffee shop* Excelso. Dari tiga narasumber tersebut, dua di antaranya puas dan berniat mengunjungi Excelso dalam waktu dekat sedangkan satu narasumber lainnya tidak berniat melakukan hal yang sama. Terdapat satu narasumber yang menyatakan penilaian negatif terkait *service quality* Excelso dan tidak puas dengan pengalaman berkunjung ke Excelso. Berkaitan dengan harga, dua dari empat narasumber menganggap harga menu di Excelso cenderung mahal dan keduanya tidak menyatakan keinginan untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan fenomena dan penjabaran di atas maka ditemukan urgensi untuk melakukan penelitian terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*

Excelso. Pada penelitian ini akan diteliti pengaruh dari *service quality*, *store atmosphere*, dan *price fairness* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Excelso di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan, atmosfer *coffee shop*, dan kesesuaian harga dari Excelso terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* sehingga diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang bermanfaat bagi perkembangan bisnis *coffee shop* Excelso di masa depan. Dengan demikian maka judul penelitian ini adalah:

“PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* EXCELSONO DI JAKARTA”

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction coffee shop* Excelso di Jakarta?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction coffee shop* Excelso di Jakarta?
3. Apakah *price fairness* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction coffee shop* Excelso di Jakarta?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty coffee shop* Excelso di Jakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *Customer Satisfaction coffee shop* Excelso di Jakarta.
2. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction coffee shop* Excelso di Jakarta.
3. Mengetahui pengaruh *price fairness* terhadap *Customer Satisfaction coffee shop* Excelso di Jakarta.
4. Mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty coffee shop* Excelso di Jakarta.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pengetahuan baru dalam bidang bisnis, terutama berkaitan dengan bisnis *coffee shop*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi bagi perkembangan ilmu serta penelitian selanjutnya pada bidang serupa dengan memberikan informasi yang lebih jelas terkait pengaruh *service quality*, *store atmosphere*, dan *price fairness* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

2. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan manfaat praktis bagi Excelso dan bisnis *coffee shop* lain yang serupa, terutama terkait *service quality*, *store atmosphere*, dan *price fairness* dalam fungsinya untuk



meningkatkan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*. Dari hasil penelitian dapat dirumuskan prediktor apa saja yang perlu diperhatikan dalam membentuk kepuasan serta *Customer Loyalty* terhadap *brand coffee shop*.

### **1.5 Lingkup Masalah**

Pada penelitian ini ditetapkan batasan lingkup permasalahan, mengingat bahwa penelitian ini mencakup subjek yang luas dan dilakukan dalam waktu yang terbatas. Penetapan batasan dilakukan untuk menghasilkan penelitian yang terfokus pada bahasan sesuai dengan topik yang ditentukan. Batasan pertama yang ditetapkan pada penelitian ini adalah batasan karakteristik responden, yaitu individu yang pernah mengunjungi *coffee shop* Excelso di Kota Jakarta sekurang-kurangnya satu kali dalam satu tahun terakhir. Batasan ini ditentukan untuk memastikan bahwa responden dapat menjawab pertanyaan pada kuesioner dan memberikan penilaian yang lebih baik.

Batasan kedua yang ditetapkan adalah variabel penelitian yang terbatas pada lima variabel, yaitu *service quality*, *store atmosphere*, *price fairness*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*. Variabel-variabel serta model penelitian pada penelitian ini diadaptasi dari penelitian Dhisasmito dan Kumar (2020).



## **1.6 Garis Besar Penelitian**

Secara sistematis, penelitian ini disusun dalam lima bab yaitu bab pendahuluan, tinjauan literatur, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing bab:

### **BAB I: Pendahuluan**

Bagian ini berisi pendahuluan yang memuat jabaran fenomena dan permasalahan yang menjadi latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, limitasi atau lingkup masalah, serta garis besar penelitian.

### **BAB 2: Tinjauan Literatur**

Bagian ini memuat penjabaran teori dan literatur yang menjadi dasar penyusunan penelitian serta penurunan hipotesis penelitian, baik yang berhubungan dengan variabel penelitian, dimensi variabel, keterkaitan antarvariabel penelitian, model atau kerangka penelitian, dan studi pendahuluan yang sesuai dengan topik pembahasan penelitian.

### **BAB 3: Metodologi Penelitian**

Pada bagian ini diuraikan serangkaian metode yang digunakan untuk menyusun penelitian, termasuk jenis penelitian, penjelasan terkait variabel dan definisi operasional, data yang digunakan, populasi penelitian, penarikan sampel, cara pengumpulan data, metode analisis data, serta sarana yang dipakai dalam pengolahan data.

### **BAB 4: Hasil dan Pembahasan**

Pada bagian ini diuraikan hasil penelitian yang didapatkan dari proses pengumpulan data serta analisis data penelitian, termasuk karakteristik umum responden,

deskripsi jawaban responden, hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori pada bagian sebelumnya.

## BAB 5: Kesimpulan dan Saran

Bagian ini memuat rangkuman kesimpulan yang dirumuskan dari temuan penelitian beserta saran maupun rekomendasi yang diperoleh dan diperuntukkan bagi penelitian yang berikutnya. Bagian ini juga memuat implikasi teoritis, implikasi manajerial, dan keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian ini.

