

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada awalnya sejarah kopi bermula di Ethiopia pada abad ke-9, tetapi pada abad ke-15 tindakan budidaya dan perdagangan kopi yang dilakukan oleh pedagang Arab di Yaman barulah mulai populer. Kemudian pada abad ke-17 kopi mencapai Eropa dan tidak tumbuh dengan baik di Eropa, sehingga bangsa Eropa membudidayakan tanaman kopi di daerah jajahannya. Namun, para peziarah meminumnya untuk mengusir kantuk dan tetap terjaga saat beribadah pada malam hari. Pada masa kekhalifahan Turki Utsmani di abad ke-15, kopi menjadi sajian utama di setiap perayaan. Mulai dari sinilah kemudian orang-orang Belanda mengenal dan menyebutnya koffie. Orang-orang Kristen di Eropa mengadopsi kebiasaan minum kopi karena erat kaitannya dengan kemegahan dan kekayaan orang-orang Turki Utsmani. (www.sasamecoffee.com, diunduh pada tanggal 14 April 2022)

Dulu untuk menikmati kopi tidak dengan cara menumbuk kopi lalu kemudian diseduh, tetapi pada awalnya kopi hanya dikeringkan kemudian diseduh saja. VOC memonopoli perdagangan kopi pada tahun 1725 sampai 1780. Pada pertengahan abad ke-17, VOC mulai melakukan pengembangan area tanam kopi arabika di daerah Sumatra, Bali, Sulawesi, dan Kepulauan Timor. Eduard Doues Dekker yang merupakan pegawai colonial Belanda, pada tahun 1850 menulis sebuah buku berjudul “Max Havelaar and the Coffee

Auctions of the Dutch Trading Company” yang mengekspos pressure pada petani oleh pegawai-pegawai korup dan tamak. (<https://distan.bulelengkab.co.id>, diunduh pada tanggal 15 April 2022)

Di masa sekarang ini kopi sudah tersebar ditanam di lebih dari 50 negara di dunia. Negara-negara yang menjadi penghasil kopi terbesar di dunia pada saat ini adalah Brazil, Vietnam, Kolombia, Indonesia, Ethiopia. Kopi yang diproduksi di Brazil merupakan salah satu sumber pendongkrak perekonomian negara tersebut, dan dengan banyaknya permintaan kopi yang ada di dunia menjadikan kopi sebagai roda penggerak perekonomian Brazil. Dengan sekitar 300.000 perkebunan kopi yang tersebar di wilayah Brazil, seperti di daerah Minas Gerais, Sao Paulo, dan Parana. Hal ini membuat pangsa ekspor kopi di Brazil mencapai 30%, dari total perdagangan kopi yang ada di dunia, dan jadi produsen kopi arabika terbesar di dunia. Dan sekitar 80% produksinya adalah kopi arabika, Brazil juga dapat memproduksi sekitar 3.300.000 ton kopi. Di Asia Tenggara lebih tepatnya yaitu Vietnam, menempati urutan ke 2 dalam Negara dengan penghasil kopi terbesar di dunia. Partai komunis pada saat itu menekankan perekonomian negaranya melalui kopi, dan hingga pada tahun 1990, produksi kopi Vietnam meningkat sekitar 20% sampai 30% di setiap tahunnya. Berbeda dengan Brazil yang berfokus dalam produksi arabica, Vietnam lebih memfokuskan produksi kopi robusta dalam pasar perdagangan kopi di dunia dan menjadi produsen kopi robusta terbesar di dunia, Vietnam menyumbang kurang lebih 40% produksi kopi robusta pada tahun 2019-2020. Dengan menempati urutan ke 3 dalam penghasil kopi terbesar di dunia,

Kolombia berhasil memproduksi sekitar 840.000 ton kopi per tahunnya. Di Kolombia, terdapat beberapa perkebunan kopi yang mendapatkan pengakuan dari UNESCO. Walaupun sering kali mengalami pasang surut dalam memproduksi kopi, akan tetapi Kolombia terus memperbaiki cara penanaman kopi, sehingga permintaan akan kopi dunia terpenuhi. Indonesia menjadi yang keempat sebagai penghasil kopi terbesar di dunia, memiliki iklim dan letak geografis yang strategis, dan juga keadaan tanah yang bagus, sehingga menghasilkan kopi berkualitas tinggi. Mendapat predikat dan penghasil kopi robusta dan arabika terbaik, dengan rata-rata penghasilan sekitar 600.000 ton kopi. Ethiopia, sebagai negara tempat pertama kali tanaman kopi ditemukan, Ethiopia memiliki berbagai macam varietas kopi dan dapat memproduksi sekitar 396.000 ton kopi. (<https://espressoitalia.id>, diunduh pada tanggal 15 April 2022)

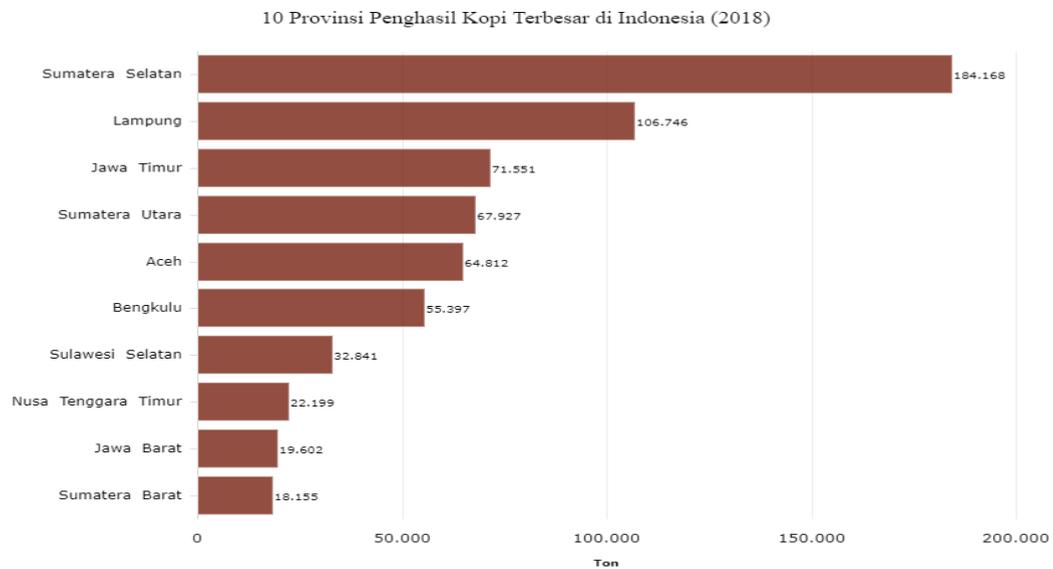
Sector industry Food & Beverage atau F&B di era modern ini mengalami perkembangan yang pesat. Dengan banyaknya kreativitas dan inovasi yang menarik membuat industry ini memiliki sebuah daya tarik yang kuat karena mempunyai market yang sangatlah besar, sehingga sangat diminati oleh semua orang atau bisa dibilang paling diminati. Hal ini menjadi alasan yang membuka peluang usaha yang luas dan menjanjikan jika dikelola dengan baik dan benar. (<https://linovhr.com>, diunduh pada tanggal 15 April 2022)



Gambar 1. 1 Tren Data Pertumbuhan Industri Food & Beverages 2010-2021

Sumber : <https://dataindustri.com>

Seperti yang bisa dilihat pada Gambar 1.1, bahwa sector industry F&B ini terus mengalami peningkatan. Dalam beberapa tahun ini banyak bermunculan kemitraan baru. Dengan inovasi dan produk baru yang dikeluarkan membuktikan bahwa sector industry F&B masih sangatlah mendominasi. Dari tahun 2019 kemitraan dan tawaran bisnis yang bermunculan di sector industry F&B diantaranya terdapat berbagai jenis kedai kopi, minuman kekinian Boba, dan Thai Tea. Dalam sector makanan adanya inovasi yang dilakukan seperti sosis, tahu, kentang, dan jenis makanan bervariasi lainnya yang lebih banyak didominasi oleh franchise juga hadir dan dengan tampilan yang menarik membuat para kaum milenial memiliki minat untuk membeli. (<https://linovhr.com>, diunduh pada tanggal 15 April 2022)



katadata.co.id

databoks

Gambar 1. 2 Jumlah Penghasil Kopi Terbesar di Indonesia Tahun 2018

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Di Indonesia, Sumatra Selatan menjadi lumbung kopi terbesar dengan memproduksi kopi seberat 184.168 ton kopi pada tahun 2018. Jumlah tersebut adalah 25 persen dari total produksi nasional yang berjumlah 722.461 ton kopi. Lampung yang merupakan penghasil kopi terbesar kedua di Indonesia mencapai angka 106.746 ton kopi, diikuti Jawa Timur dengan produksi kopi 71.551 ton di urutan ketiga. 89 persen atau 643.398 ton kopi merupakan total produksi dari 10 provinsi yang ada di Indonesia. (<https://databoks.katadata.co.id>, diunduh pada tanggal 15 April 2022)

Dalam menjaga pertumbuhan sector industry Food & Beverages atau F&B tetap tinggi, pihak Menperin terus mendorong para pelaku industry F&B nasional agar dapat memanfaatkan potensi pasar dalam negeri yang bisa dibilang untuk sekarang ini masih sangatlah besar dan luas akan tetapi hal ini

menjadi semakin kompetitif mengingat jumlah yang terus bertambah sehingga menjadi cukup banyak. Bukan hanya meliputi perusahaan dengan skala yang besar tapi juga untuk kelas industry kecil dan menengah (IKM). (<https://kemenperin.go.id>, diunduh pada tanggal 15 April 2022)

Makanan cepat saji atau fast food merupakan sebuah jenis makanan yang mudah dikemas, disajikan, praktis, dan diolah dengan cara yang sederhana dalam waktu yang relative cepat. Makanan cepat saji juga merupakan jenis makanan yang bisa disiapkan dan dikonsumsi dalam waktu yang singkat. Dalam kehadiran makanan cepat saji dalam industry makanan ini mempengaruhi pola makan seseorang. Contohnya : ayam goreng tepung, pizza, burger, kentang goreng, nugget, sosis, dan lain sebagainya. (<https://kajianpustaka.com>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)



Gambar 1.3 Data Konsumsi Kopi Di Indonesia

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Minum kopi saat ini sudah menjadi sebuah gaya hidup bagi Sebagian masyarakat Indonesia terlebih khusus bagi anak-anak generasi millennial yang mencari dan meminum kopi bukan hanya sekedar minum-minuman kopi dan

bukan juga hanya sebagai penghilang rasa kantuk. Bisa dilihat berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada tahun 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Di tahun 2021 diprediksi pasokan kopi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton. (<https://databoks.katadata.co.id>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)

Jumlah konsumsi kopi di Indonesia didominasi oleh Pria ketimbang Wanita. Sebanyak 4,5 persen responden pria mengaku minum kopi 4-5 gelas per hari, dan 3 persen lainnya mengaku menghabiskan lebih dari 11 gelas kopi per hari. Data ini diambil dari Honest Docs, yang merupakan sebuah platform informasi kesehatan. Honest Docs telah menggelar sebuah survei nasional kepada 9.684 orang di Indonesia untuk menangkap pola kebiasaan minum kopi mereka. Responden penelitian ini terdiri dari 35 persen responden pria dan 65 persen wanita, dengan usia antara 18-34 tahun. (<https://republika.co.id>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)



Gambar 1. 4 Logo Kopi Janji Jiwa

Sumber : <https://google.com> images

Mengikuti perkembangan terkait kedai kopi pada saat ini yang

mempunyai cita rasa yang khas pada minuman kopi, dan salah satunya adalah Kopi Janji Jiwa. Tahun berdirinya Kopi Janji Jiwa adalah pada tahun 2018. Kopi Janji Jiwa memiliki tagline “Kopi dari Hati” yang dimana hal tersebut sejalan dengan misi mereka yaitu untuk memperkenalkan biji kopi local asli Indonesia. Kopi Janji Jiwa terus konsisten dalam pembelian biji kopi langsung dari petani kopi sejak tahun pertama didirikan. Nama “Janji Jiwa” sendiri berawal dari kisah Billy Kurniawan yang sejak dulu memiliki passion dalam bidang perkopian. Brand Kopi Janji Jiwa digunakan sebagai bentuk janji dari hati yang terdalem untuk menyajikan kopi sebagai salah satu passion Billy Kurniawan. (<https://zonaduit.com>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)

Penghargaan Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) yang telah diraih oleh Kopi Janji Jiwa adalah “Pertumbuhan Kedai Kopi Tercepat Dalam Satu Tahun” pada tahun 2019. Sejak didirikan, Kopi Janji Jiwa telah melakukan berbagai kolaborasi dengan Orang yang berkompeten di industry kopi, film, dan juga brand besar. Kopi Janji Jiwa juga menjadi coffee partner film Gundala, markeplace sneakers Kick Avenue dan global brand Lock&Lock featuring Darbotz. Meskipun berkonsep *grab and go*, Billy Kurniawan juga menginginkan produk yang disediakan tetap merasuk ke jiwa konsumen, sesuai dengan tagline yang dimiliki yaitu, Kopi dari Hati. (<https://republika.co.id>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)

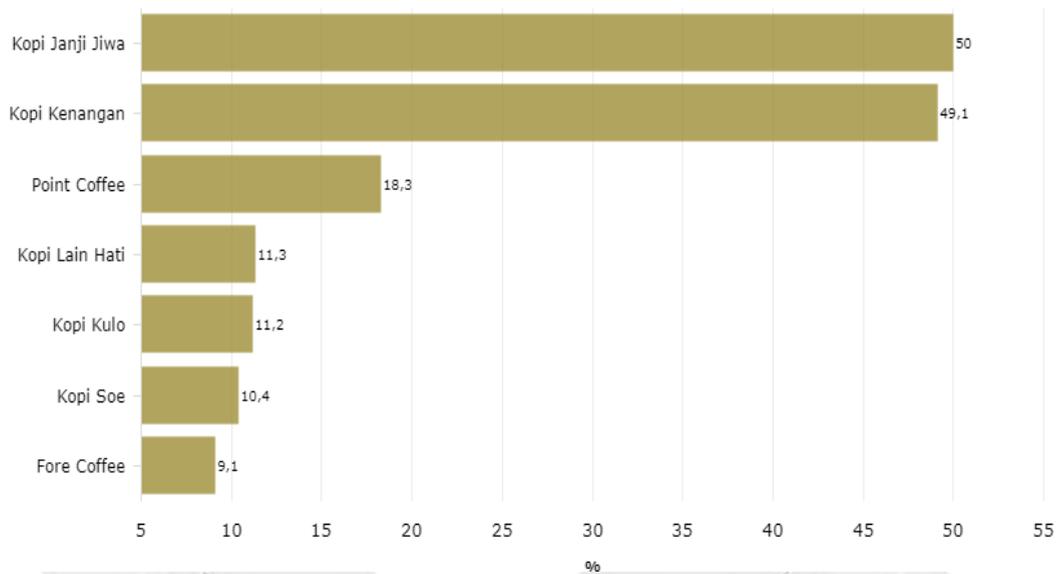
Dengan mempertahankan kemajuan yang pesat maka Janji Jiwa melebarkan usaha ke bidang makanan berat dan makanan ringan, di makanan ringan terdapat “Jiwa Chips” dan untuk makanan beratnya Janji Jiwa berkolaborasi dengan William Gozali atau Willgoz untuk membuat sebuah produk makanan berat, dan hadirilah “Jiwa Toast”. Jiwa Toast dijual dengan harga yang bisa dibilang terjangkau, Billy Kurniawan selaku CEO & Founder mengatakan bahwa dengan Rp 30.000 pelanggan sudah bisa menikmati perpaduan antara kopi yang berkualitas dengan roti yang cukup mengenyangkan. Jiwa Toast yang hadir diantara produk Jiwa Group ini memberikan sebuah slogan yang baru yaitu “Kopi di tangan kananmu, roti di tangan kirimu, kopi dan roti sahabat sejatimu”. (<https://zonaduit.com>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)

Bukan hanya minuman kopi kekinian saja tetapi Janji Jiwa dan Jiwa Toast yang berada di bawah naungan Jiwa Group juga memiliki produk snack berupa keripik yang dinamakan Jiwa Chips. Dalam mengembangkan produk cemilan ini Janji Jiwa berkolaborasi bersama Bumi Bites produsen cemilan sehat berbahan dasar 100 persen organic asal Indonesia. Dalam kolaborasi Janji Jiwa bersama Bumi Bites membuat produk dengan nama “Janji Bumi” dengan bahan dasar 100 persen vegan dan organic menggunakan bahan baku Umbi Garut (*marantha arundinacea*). Dan menurut Billy Kurniawan yang adalah CEO & Founder Jiwa Group, mengatakan bahwa tugas kita adalah mengelola, menyampaikan, memperkenalkan, hingga akhirnya “Janji Bumi” dikonsumsi

oleh masyarakat. (<https://entrepreneur.bisnis.com>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)

Kopi Janji Jiwa menggunakan biji kopi Robusta asli Sumatra, Indonesia yang tentunya ditanam oleh para petani lokal. Kopi di Indonesia dipilih karena cocok dengan tagline perusahaan yaitu Kopi dari Hati. Billy Kurniawan menginginkan agar semua biji kopi dapat langsung dikirim dari petani keseluruhan gerai yang beredar di Indonesia, tentunya hal ini agar dapat menjaga kualitas dari kopi itu sendiri. Indonesia sebagai negara dengan produsen kopi terbesar kelima di dunia, tentunya perlu diperhitungkan biji kopinya. Pemilihan robusta sebagai bahan baku utama, juga tidak main-main. Jika dibandingkan dengan arabika, tingkat keasaman (acidity) robusta tidak begitu tinggi dan juga disukai banyak orang. (<https://cermati.com>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)

Devina Christanty yang adalah Public Relation dari Kopi Janji Jiwa, mengatakan “Arabika itu jatuhnya asam dan (kandungan) acid-nya lebih tinggi. Jadi kalau dipakai buat kopi susu takutnya enggak seimbang). Menurut Devina, pelanggan yang membeli dan pada saat meminum Kopi Janji Jiwa akan merasakan rasa kopi yang kuat tapi tidak terlalu pahit di lidah. Terdapat beberapa menu yang tersedia dan menjadi favorit di Kopi Janji Jiwa, diantaranya ada #temansejiwa yang adalah es kopi susu (espresso, susu, dan gula aren), Es Soklat (susu segar dan cokelat) dan juga Es Susu Matcha (susu segar dan teh matcha) sebagai minuman favorit tanpa kopi. (<https://republika.co.id>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)



Gambar 1. 5 Data 7 Kedai Kopi Lokal Favorit Masyarakat Indonesia Tahun 2022

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan pada gambar 1.5, Kopi Janji Jiwa merupakan kedai kopi lokal yang paling disukai oleh masyarakat dengan proporsi sampai dengan 50%. Kopi Janji Jiwa berhasil menarik hati para pelanggan kaum millennial dengan menu uniknya, seperti Black Pink, Es Susu Hojicha, ataupun Es Teh Cincau Pandan. Di urutan kedua ada Kopi Kenangan (49,1%) dengan menu favorit Kopi Kenangan Mantan, perpaduan antara kopi susu dengan gula aren. Adapun, kedai kopi lokal favorit masyarakat lainnya, yaitu Point Coffee (18,3%), Kopi Lain Hati (11,3%), Kopi Kulo (11,2%), Kopi Soe (10,4%), dan Fore Coffee (9,1%). (<https://databoks.katadata.co.id>, diunduh pada tanggal 16 April 2022)

Tabel 1. 1 Daftar Kompetitor Kedai Kopi di Indonesia

No	Nama Kedai Kopi	Tahun Buka	Cabang
1.	Kopi Janji Jiwa	Tahun 2018, didirikan di ITC Kuningan oleh Billy Kurniawan. (https://zonaduit.com , diunduh 17 April 2022)	Pada tahun 2019 berhasil membuka 700 gerai baru di 50 kota berbeda. (https://zonaduit.com , diunduh pada 17 April 2022)
2.	Kopi Kenangan	Tahun 2017, didirikan di Kuningan oleh Edward Tirtanata, James Prananto, dan Chyntia Chaerunnisa. (https://money.kompas.com , diunduh 17 April 2022)	Sudah memiliki lebih dari 600 gerai di 45 kota yang tersebar di Indonesia. (https://money.kompas.com , diunduh 17 April 2022)
3.	Kopi Lain Hati	Tahun 2018, didirikan di Bangka, Kemang, Jakarta Selatan oleh Ririn Eka Wati. (https://padang.harianhaluan.com , diunduh 17 April 2022)	Sampai tahun 2019 telah mengumumkan 222 cabang dan sudah mencapai lebih dari 350 franchise. (https://tribunnews.com , diunduh 17 April 2022)
4.	Kopi Kulo	Tahun 2017, didirikan di Cikajang, oleh Michelle Sulisty. (https://entrepreneur.bisnis.com , diunduh 17 April 2022)	Hingga 2020 sudah memiliki lebih dari 300 gerai di seluruh Indonesia. (https://entrepreneur.bisnis.com , diunduh 17 April 2022)

Sumber : data diolah (2022)

Dalam persaingan yang terjadi di antara kedai kopi di Indonesia, Kopi Janji Jiwa berhasil mengalami peningkatan melalui minat konsumen seiring berjalannya waktu. Di awal pembukaan Kopi Janji Jiwa sempat mengalami perkembangan yang pesat sehingga melewati kopi kenangan, akan tetapi di silang kembali oleh kopi kenangan. Kopi Janji Jiwa kembali menyamai kopi kenangan pada pertengahan Maret 2019. Kopi Janji Jiwa berhasil melampaui kopi kenangan bahkan sangat jauh melewati peminat dari kopi kenangan yang dimana pada waktu itu menempati posisi pertama dengan peminat terbanyak. Eksistensi kedai Kopi Janji Jiwa unggul dengan pesaingnya ditengahpersaingan pasar yang tergolong luas dan dimana tiap brand yang mempunyai produk andalan yang sama dalam penjualan yaitu Es Kopi Susu yang sangat digemari oleh masyarakat yang sudah termasuk sebagai gaya hidup mereka. (<https://info.trilogi.ac.id>, diunduh pada tanggal 17 April 2022)

Ekspansi yang dilakukan oleh Kopi Janji Jiwa salah satunya berada di Kota Tomohon. Kopi Janji Jiwa Tomohon adalah salah satu kedai kopi yang diminati masyarakat. Dengan suasana di Tomohon yang bertempat di bawah

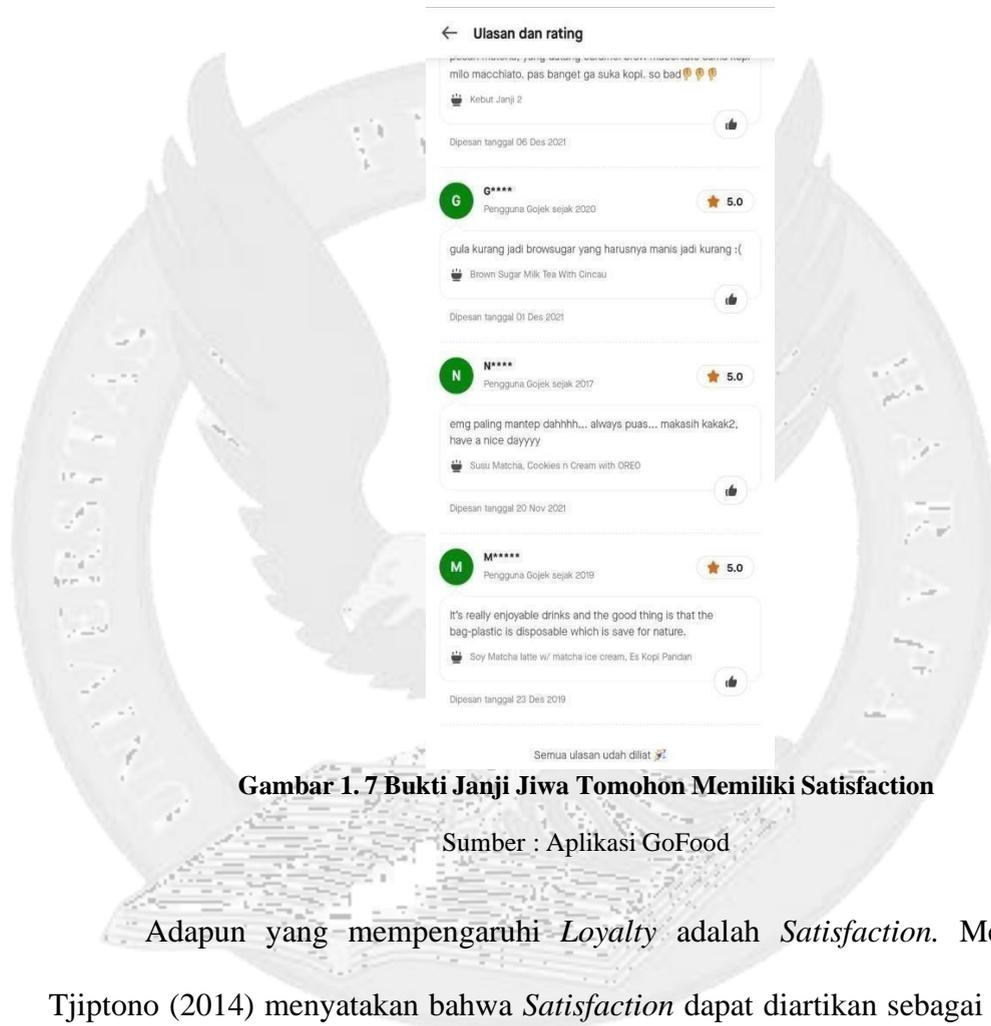
kaki gunung lokon membuat suasana yang sejuk dan dingin yang bisa membuat konsumen bersantai dan menikmati suasana sambil meminum kopi sehingga dapat berpengaruh terhadap *Loyalty* dari konsumen. Menurut Virgie Baker Bororing, gaya hidup anak muda di Tomohon bukan hanya sekedar nongkrong biasa di kedai kopi, tetapi banyak yang berminat untuk mengambil bagian menjadi barista, supaya bukan hanya menjadi penikmat kopi melainkan anak muda bisa membuat roda perekonomian di Tomohon ikut berputar. (<https://liputankawana.com>, diunduh pada tanggal 17 April 2022)



Gambar 1. 6 Bukti Loyalty Card dari Kopi Janji Jiwa
Sumber : <https://facebook.com>

Berdasarkan data pada tabel 1.1, Kopi Janji Jiwa Tomohon harus meningkatkan *Loyalty*-nya agar dapat bersaing. Menurut Jin *et al.*, (2016) menyatakan bahwa *Loyalty* dapat didefinisikan sebagai komitmen psikologis pelanggan terhadap bisnis yang ditunjukkan melalui pembelian ulang mereka. Dapat dilihat dari gambar 1.6 bahwa Kopi Janji Jiwa Tomohon memiliki *Loyalty*. Syarat dalam memiliki Loyalty Card yang dikeluarkan oleh Kopi Janji Jiwa harus melakukan pembelian minimal sebesar Rp 30.000. Setiap pembelian

yang dilakukanakan mendapatkan 1 stempel dalam Loyalty Card. Untuk mendapatkan FREE 1 CUP Minuman produk Kopi Janji Jiwa harus mengumpulkan sebanyak 10 stempel untuk menukarkannya menjadi minuman. (<https://facebook.com>, diunduh pada tanggal 17 April 2022)



Gambar 1. 7 Bukti Janji Jiwa Tomohon Memiliki Satisfaction

Sumber : Aplikasi GoFood

Adapun yang mempengaruhi *Loyalty* adalah *Satisfaction*. Menurut Tjiptono (2014) menyatakan bahwa *Satisfaction* dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Dapat dilihat salah satu contoh *Satisfaction* dari gambar 1.7 yang menunjukkan penilaian pembeli Kopi Janji Jiwa Tomohon dari penilaian tersebut dapat dilihat adanya penilaian dengan nilai sempurna. Penilaian yang diberikan oleh konsumen merupakan sebuah tanggapan setelah membeli produk dari Kopi Janji Jiwa. Hal ini juga

menunjukkan Kopi Janji Jiwa Tomohon memiliki *Satisfaction* dari hasil penilaian tersebut. (<https://nataliachristin.com>, diunduh pada tanggal 18 April 2022)



Gambar 1. 8 Salah Satu Outlet Kopi Janji Jiwa
Sumber : <https://tribunnews.com>

Adapun yang mempengaruhi *Satisfaction* adalah *Service Quality*. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa *Service Quality* merupakan totalita sfitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Seperti yang dapat dilihat di gambar 1.8 Kopi Janji Jiwa Tomohon mempunyai tempat yang nyaman bagi para konsumen. Hal inidapat dilihat dari nilai-nilai seperti kebersihan, keramahan, dan nilai-nilailainnya. *Service Quality* yang diberikan oleh Kopi Janji Jiwa Tomohon juga datang dari kualitas pembuatan makanan yang baik. Di saat pelayanan yang baik diberikan oleh Kopi Janji Jiwa Tomohon kepada konsumen akan membuat konsumen senang dan reputasi Kopi Janji Jiwa Tomohon akan terlihat baik. (<https://qiscus.com>, diunduh pada tanggal 18April 2022)



Gambar 1.9 Suasana Kopi Janji Jiwa di Tomohon

Sumber : <https://facebook.com>

Adapun yang mempengaruhi *Satisfaction* adalah *Store Atmosphere*. Menurut Alfin dan Nurdin (2017) menyatakan bahwa *Store Atmosphere* yang tercipta dengan baik, akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. *store atmosphere* merupakan salah satu hal yang penting dalam keputusan untuk melakukan pembelian. Melalui suasana toko yang nyaman dapat membangkitkan minat beli kembali konsumen. Dapat dilihat pada gambar 1.9 bahwa suasana kedai Kopi Janji Jiwa Tomohon membuat konsumennya aman sembari meminum kopi sehingga dapat membuat konsumen tertarik untuk berkunjung kembali. *Store Atmosphere* terhadap konsumen Kopi Janji Jiwa di Tomohon membuat daya Tarik kepada pembeli karena tempat yang berada di bawah kaki gunung Ikon menjadikan Kopi Janji Jiwa Tomohon memiliki udara yang sejuk terlebih lagi. Sebagian besar tempat yang ada merupakan tempat outdoor dengan meja dan

kursi yang terbuat dari kayu-kayuan sehingga menambah kesan sejuk. Begitu juga dengan dekorasi lampu-lampu yang menambah indah suasana apalagi suasana kedai pada saat sore menjelang malam. Dikarenakan tempat yang nyaman dan lokasi yang berada di tempat yang sejuk. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup pada suasana toko dan kualitas pelayanan terbukti memiliki sebuah pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembeli. (<https://nataliachristin.com>, diunduh pada tanggal 18 April 2022)



Gambar 1. 10 Daftar Menu di Kedai Kopi Janji Jiwa

Sumber : <https://google.com> images

Adapun yang memengaruhi *Satisfaction* adalah *Price Fairness*. Menurut Konuk (2018) menyatakan bahwa *Price Fairness* adalah salah satu yang paling banyak dibicarakan konsep dalam literatur harga dalam pemasaran keadilan harga memiliki akarnya terutama dari teori keadilan dan prinsip hak. Kopi Janji Jiwa menjadi salah satu tempat pilihan bagi para kaum mudam aupun para orang tua sebagai tempat yang nyaman setiap waktu dalam menikmati kopi mau

itu di pagi hari, siang maupun di malam hari. Dengan lebih dari 50 menu yang sudah tersedia di lebih dari 900 outlet di berbagai tempat di Indonesia, Kopi Janji Jiwa dengan sistem yang ada memberikan kualitas produk yang dijual akan terlihat baik di mata konsumen agar konsumen akan melakukan pembelian kembali produk yang mereka sukai dan inginkan. Harga adalah sesuatu yang harus diperhatikan pada saat membuat margin di setiap produk pada bahan baku. (<https://kumparan.com>, diunduh pada tanggal 18 April 2022)

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti ingin meneliti apa yang mempengaruhi loyalty oleh Kopi Janji Jiwa di Tomohon, sehingga di tengah persaingan kedai kopi saat ini ada beberapa kedai kopi yang menunjukkan perlawanan dengan perkembangan yang signifikan berusaha memberikan yang terbaik di tengah besarnya industri perkopian. Maka dari itu, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “

1.2. Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pembagian kuisioner kepada objek yang diteliti.
2. Karakteristik responden yang diteliti adalah sebagai berikut:
 - i. Pria dan Wanita
 - ii. Berusia 18 sampai 60 tahun (klasifikasi pemuda menurut WHO)
 - iii. Berdomisili di Manado
 - iv. Pernah berkunjung ke Kopi Janji Jiwa di Tomohon minimal 1 (satu) kali dalam 3 (tiga) bulan terakhir

- v. Pernah membeli produk dari Kopi Janji Jiwa di Tomohon minimal 2 (dua) kali dalam 6 (enam) bulan terakhir
- vi. Masih bisa mengonsumsi produk Kopi Janji Jiwa hingga saat ini

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Tomohon?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Tomohon?
3. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Tomohon?
4. Apakah *Price Fairness* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Tomohon?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh dari *Service Quality* terhadap *Satisfaction* pada Kopi Janji Jiwa di Tomohon?
2. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh dari *Store Atmosphere* terhadap *Satisfaction* pada Kopi Janji Jiwa di Tomohon?

3. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh dari *Price Fairness* terhadap *Satisfaction* pada Kopi Janji Jiwa di Tomohon?
4. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh dari *Satisfaction* terhadap *Loyalty* pada Kopi Janji Jiwa di Tomohon?

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini terbagi menjadi 2 manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, Manfaat teoritis adalah manfaat yang muncul karena peneliti tidak puas/ragu terhadap suatu teori tertentu. Sedangkan manfaat praktis berguna untuk memecahkan masalah secara praktikal atau sebagai alternatif solusi suatu permasalahan (<https://liputan6.com>, diunduh pada tanggal 18 April 2022). Secara spesifik, pembagian manfaat teoritis dan manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai industry kedai kopi dan memberikan kontribusi pada pengembangan teori, khususnya mengenai pengaruh variabel *Service Quality*, *Store Atmosphere*, serta *Price Fairness* yang pada akhirnya mempengaruhi *Satisfaction* dan *Loyalty*. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Bermanfaat secara langsung dalam memperluas pandangan serta menambah pengetahuan penulis tentang pengaruh variabel *Service Quality*, *Store Atmosphere*, serta *Price Fairness* yang pada akhirnya mempengaruhi *Satisfaction* dan *Loyalty*, khususnya dalam *industry food & beverages*.

2. Bagi Kopi Janji Jiwa di Tomohon

Diharapkan mampu menjadi bahan masukan dalam merumuskan strategi sehubungan dengan pengaruh variabel *Service Quality*, *Store Atmosphere*, serta *Price Fairness* yang pada akhirnya mempengaruhi *Satisfaction* dan *Loyalty* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa di Tomohon.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan, penulisan penelitian ini sudah disusun secara sistematis ke dalam beberapa bab berikut ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai tampilan data penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasan mengenai hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data yang telah dilakukan.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

