

# **Bab 1**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia memiliki banyak manufaktur yang diandalkan dalam memberikan dampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, industri termasuk makanan serta minuman merupakan salah satunya. Industri makanan dan inuman ini mendapatkan pencapaian yang sangat bagus dalam meningkatkannya investasi, ekspor, produktivitas sampai sektor tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa industri minuman dan makanan terhitung konsisten dan selalu positif dalam perkembangannya.

Fenomena berbagai Coffee di Indonesia memang sedang booming dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal ini terlihat dari peningkatan substansial jumlah Coffee dalam beberapa tahun terakhir dan peningkatan konsumsi kopi domestik. Jumlah Coffee di Indonesia meningkat tiga kali lipat dari 1.083 pada tahun 2016 menjadi lebih dari 2.937 pada tahun 2019, dan jumlah tersebut akan terus bertambah. Dengan jumlah Coffee saat ini, memperkirakan bahwa total keuntungan Coffee di Indonesia mencapai Rp 4,8 triliun. Membuka Coffee adalah premis yang menjanjikan.

Perkembangan teknologi membawa dampak besar bagi industri kuliner, termasuk Coffee. Perubahan gaya hidup yang semakin kompleks dan serba cepat dilihat dari sebagai kesempatan untuk para pembisnis dan pelaku industri Coffee memanfaatkan momen tersebut. Pada tahun 2022, para pelaku industri diharapkan lebih inovatif dalam mengelola strategi

penjualan. Beberapa tren baru akan muncul di Indonesia. Di Coffee kelas menengah, mereka akan memulai meningkatkan kualitas dengan harga yang kompetitif. (<https://www.undip.id/2022/fenomena-coffee-shop-bisnis-kekinian-di-indonesia/>)

Kedai kopi pertama di dunia yang tercatat diketahui muncul pada tahun 1475. Kedai kopi ini bernama Kiva Han dan berada di kota Konstantinopel (sekarang Istanbul) Turki. Kedai kopi ini dikenal sebagai kedai kopi pertama yang membuka dan menyajikan kopi Turki kepada wisatawan. Saat itu, kopi merupakan elemen penting dalam budaya Turki. Sangat penting, bahkan ada undang-undang yang menyatakan bahwa jika seorang suami tidak memberi istrinya kopi yang cukup, maka istrinya berhak menceraikan suaminya. Kopi Turki ini kuat, hitam, dan tanpa filter. Orang Turki suka menikmati kopi mereka dengan menyeduhnya di ibrik (panci bergaya Turki). Budaya minum kopi seperti ini masih diterapkan di Turki hingga saat ini. (<https://ottencoffee.co.id/majalah/evolusi-kedai-kopi>). Sehingga di sinilah mulai berkembangnya Coffee di seluruh dunia dan termasuk di Indonesia.

Coffee sekarang ini banyak di kota-kota termasuk di kota Sidoarjo, salah satunya adalah Coffee Scaena yang berada di daerah kav. dpr Sidoarjo. Coffee Scaena ini menghadirkan minuman dan makanan. Tetapi lebih mengenalkan minuman kopi.

Ada berbagai macam kopi yang di hidangkan, agar para konsumen bisa memilih kopi mana yang di minati, coffee Scaena memiliki berbagai set menu dan harga yang disediakan untuk para pelanggan seperti yang tertera gambar 1.1 dimana merupakan logo Coffee Scaena. (<https://www.instagram.com/just.scaena/?hl=en> diakses pada tanggal 18 oktober 2022).



**Gambar 1.1** Logo dari Coffee Scaena Sidoarjo

Sumber: <https://www.instagram.com/just.scaena/?hl=en> Diunduh tanggal 18 oktober 2022

**Table 1.1 Harga minuman Scaena**

| <b>Minuman</b>             | <b>Harga</b>  |
|----------------------------|---------------|
| <b>Cookies &amp; Cream</b> | <b>21.000</b> |
| <b>Taro</b>                | <b>21.000</b> |
| <b>Green Tea</b>           | <b>21.000</b> |
| <b>No Bad Vibes</b>        | <b>21.000</b> |
| <b>Guilty Pleasure</b>     | <b>21.000</b> |
| <b>Chocolate</b>           | <b>23.000</b> |
| <b>Chillpresso</b>         | <b>20.000</b> |
| <b>Sun Friday</b>          | <b>21.000</b> |
| <b>Better Days</b>         | <b>21.000</b> |
| <b>Espresso</b>            | <b>12.000</b> |
| <b>Americano</b>           | <b>19.000</b> |

Sumber Data:<https://instagram.com/just.scaena?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Coffee Scaena memiliki berbagai jenis minuman yang disajikan mulai dari pada table 1.1. Table 1.1 menjelaskan jumlah minuman yang berdasarkan set menu yang dipesan dan harga dari set menu yang ditetapkan oleh Coffee Scaena.

Coffee Scaena merupakan salah satu coffee yang berada di sidoarjo terutama diaerah kav. Dpr, hal ini Coffee Scaena adalah coffee yang memberikan nuansa classic pada coffeenya. Coffee ini mempunyai sebuah arti yaitu panggung, dimana Scaena sendiri mengandalkan acara panggung seperti DJ pada setiap hari sabtu dan minggu. Coffee Scaena selalu menghadirkan DJ yang bagus untuk menarik daya para konsumen ([https://www.instagram.com/reel/CjU54HhOKE2/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/CjU54HhOKE2/?utm_source=ig_web_copy_link) di akses pada tanggal pada tanggal 18 oktober 2022)

Berdirinya Coffee Scaena oleh satu owner saja pada tanggal 15 desember 2020 bahwa Scaena adalah coffee yang didirikan oleh Jack dari sekian coffee yang didirikan. Selain Scaena ada Vox Populi dan juga ada Opus Animo. Seiring berjalannya waktu Scaena telah menjadi salah satu coffee yang sudah berdiri hampir dari 2 tahun yang berada kota Sidoarjo. Dengan ini Scaena dalam peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan melayani konsumen secara baik sesuai dengan kebutuhan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Coffee Scaena juga terus berusaha memberikan kualitas pelayanan dan segi rasa minuman yang dihidangkan kepada para konsumen agar konsumen merasa puas dan nyaman saat sedang berkunjung hal ini terdapat oleh pendapat ahli Bell dan Zemke (1987) mengemukakan bahwa pemulihan kualitas layanan yang terjadi oleh kesalahan dan pihak yang dirugikan. Oleh karena itu, pihak coffee memberikan rasa minuman yang terbaik, tempat yang bersih, dan memberikan musik yang bisa menambah konsumen nyaman pada saat berkunjung. Hal ini dilihat dari instagram Scaena didalam gambar 1.2 yang menunjukkan kondisi tempat coffee untuk Scaena di kav. Dpr Sidoarjo. Dimana lingkungan fisik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan untuk mempengaruhi konsumen yang tidak merasa tidak puas (Miller, 2000). Sehingga menjadikan suatu benefit bagi coffee Scaena agar lebih mudah di kenal karena mmeberikan kualitas pelayanan dan tempatnya yang nyaman.

Hal ini dapat dilihat dari gambar yang ada dalam gambar instagram Scaena didalam gambar 1.2 yang menunjukkan kondisi tempat cafe untuk cafe Scaena Sidoarjo. Dimana hal ini mendukung penelitian sebelumnya yang juga menunjukkan dukungan untuk lingkungan fisik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan untuk mempengaruhi niat perilaku (Kurniawan, 2010). sehingga menjadikan suatu benefit bagi cafe Scaena agar lebih mudah dikenal karena kualitas pelayanan dan tempatnya yang nyaman



**Gambar 1.2** Lingkungan keadaan dari Cafe Scaena di Sidoarjo

Sumber ;<https://www.instagram.com/just.scaena/?hl=en> diunduh tanggal 18 oktober 2022

Dalam mencapai kualitas yang baik di mata customer maka diperlakukan juga kualitas minuman yang baik (produk quality), hal ini didukung oleh definisi Menurut Kotler pada Pusparani dan Rastini (2015), semakin tinggi tingkat kualitas, maka akan semakin tinggi tingkat

kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, dengan tingginya kepuasan yang dirasakan konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Hal ini dijamin oleh cafe Scaena bahwa mereka selalu memberikan minuman yang enak dan segar kepada konsumen seperti yang terlihat di cafe Scaena yang ada pada gambar 1.3 di bawah ini.



**Gambar 1.3** cafe Scaena menunjukkan restock bahan minuman

Sumber : WhatsApp Image 2022-12-14 at 14.26.23 (group restock cafe Scaena)

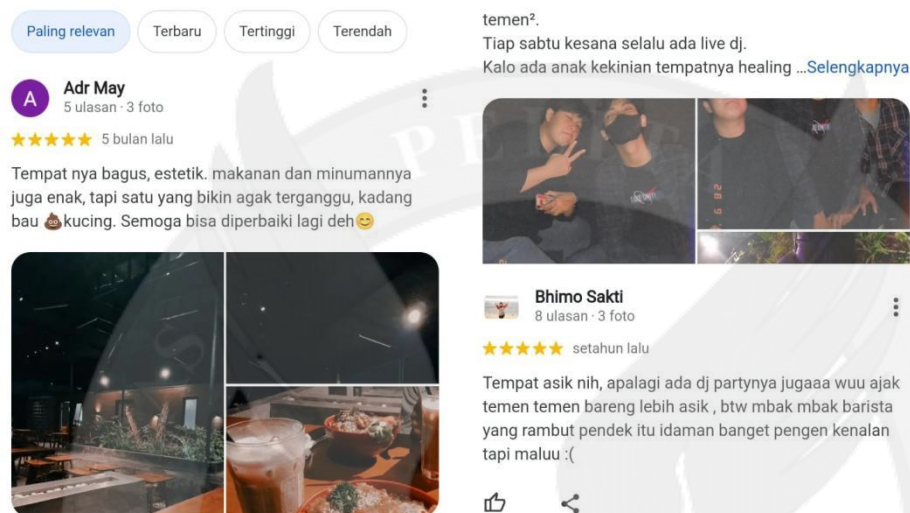
Disamping itu juga perlu diingat service quality merupakan suatu bentuk sikap, terkait namun tidak sama dengan kepuasan yang dihasilkan dari perbandingan harapan dan performa. Service Quality pada dasarnya dicatat sebagai syarat penting dan juga sebagai penentu daya saing sebuah layanan untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan (Felix, 2017) menemukan bahwa kualitas interaksional, yang ditentukan oleh sikap dan perilaku karyawan selama pertemuan layanan, adalah salah satu penentu utama persepsi layanan.



Customer Satisfaction dimana karyawan atau disebut waitress mengantarkan pesanan kepada konsumen. Cafe Scaena ini bisa dikatakan melakukan hal yang sama seperti cafe pada umumnya yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumen baik yang berupa pesanan yang dipesan oleh pelanggan itu sendiri (Atmodjo,2005:7) setelah pengguna memesan minuman yang diinginkan, pelayanan akan mengantarkan pesanan yang sesuai kepada konsumen. Mereka akan memastikan bahwa pesanan yang dipesan oleh konsumen sudah sesuai pesanan tersebut ([https://www.instagram.com/reel/CjXx3OZM7QY/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/CjXx3OZM7QY/?utm_source=ig_web_copy_link) diakses pada tanggal 18 oktober 2022). Dalam hal ini terjadi interaksi antar pelayanan dengan customer yang bisa memberikan hal positive dari pelayan ke customer sehingga akan memberikan pengalaman yang baik ke customer.

Lingkungan fisik juga bukanlah segala hal yang dapat mempengaruhi prespektif konsumen terhadap tingkat kepuasan, bisa saja melalui product quality, price, dan service quality dimana menurut Brocato et al (2012) telah mendefinisikan pelanggan lain sebagai “pelanggan yang berada di fasilitas layanan secara bersamaan dan yang tidak dikenal”. Sehingga melalui hal ini customer akan dapat melihat ketika perusahaan itu ramai, maka perusahaan itu bagus dan akan menarik perhatian untuk di kunjungi dan bagi yang sudah pernah

mencoba itu akan kembali lagi dan mempercayai kualitas dari perusahaan tersebut dan hal ini dapat dilihat dari ulasan-ulasan dari google.com melalui gambar 1.4 yang menunjukkan hasil ulasan dari konsumen yang pernah mengunjungi cafe scaena.

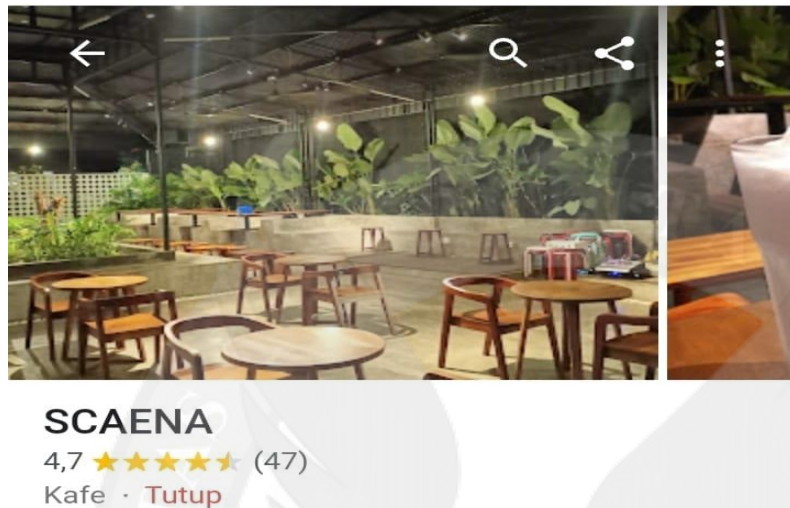


**Gambar 1.4** ulasan-ulasan dari pelanggan yang pernah berkunjung di cafe Scaena Sidoarjo

Sumber: <https://www.google.com/> di unduh pada tanggal 18 oktober 2022

Customer Satisfaction menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, disini cafe Scaena berupaya dengan baik dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dan hasil yang dikeluarkan oleh google.com ini melalui gambar 1.5 ini menunjukkan bahwa konsumen bisa melihat rating cafe Scaena.

Adapun yang mempengaruhi *customer satisfaction* menurut Daryanto (2019) *customer satisfaction* yakni suatu penilaian dari seorang konsumen setelah konsumen sudah mencoba produk tersebut. Adapun bukti Coffee Scaena memiliki *customer satisfaction*.



**Gambar 1.5** rating cafe scaena Sidoarjo menurut google.com

Sumber: <https://www.google.com/> di unduh pada tanggal 18 oktober 2022.

Berdasarkan penjabaran yang dijelaskan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty* terhadap konsumen Coffee Scaena. Untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Maka penelitian ini akan meneliti *product quality*, *price*, *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada customer Coffee Scaena.

## 1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada customer Coffee Scaena. Adapun karakteristik dari responden ini adalah sebagai berikut:

- Yang pernah datang ke Coffee Scaena
- Pria dan wanita
- Berusia 18 tahun sampai 50 tahun
- Berdomisili di Kota Sidoarjo

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan pokok dalam penelitian ini,yaitu:

1. Apakah *product quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada customer Coffee Scaena di Kota Sidoarjo?
2. Apakah *price* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada customer Coffee Scaena di Kota Sidoarjo?
3. Apakah *service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada customer Coffee Scaena di Kota Sidoarjo?
4. Apakah *customer satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Dari uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Cafe Scaena di kota Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *price* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Cafe Scaena di kota Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Cafe Scaena di kota Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada konsumen Cafe Scaena di kota Sidoarjo.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi kepada peneliti lain yang ingin membuat penelitian sejenis juga bisa menjadi sumber informasi bagi pembaca yang suka dengan coffee. Peneliti juga berharap dalam penelitian ini dengan penggunaan *customer satisfaction* dan *customer loyalty* memberikan informasi keluhan terhadap konsumen Cafe Scaena sebagai objek penelitian.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang ingin diperoleh dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

#### **1. Bagi Penulis**

Sebagai pengetahuan dan menambah wawasan bagi penulis dalam suatu penelitian

#### **2. Bagi Coffee Scaena di Kota Sidoarjo**

Dapat menjadi bahan masukan mengenai strategi sehubungan dengan pengaruh *product quality*, *price*, *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada konsumen Coffee Scaena

### **1.6 Sistematika Penelitian**

#### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang masalah identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

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

#### **BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, define operasional, serta metode analisis riset.

#### **BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan**

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

#### **BAB V : Kesimpulan**

Berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.