

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri makanan dan minuman merupakan salah satu faktor pendorong perekonomian di Indonesia. Dilansir dari Kompas.com melalui Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyebutkan bahwa PDB industri makanan dan minuman cukup berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional pada kuartal III 2021 sebesar 3,51% tumbuh positif dari sebelumnya yaitu 3,49%. Disamping itu juga industri ini berperan dalam percepatan pemulihan ekonomi nasional di Indonesia dikarenakan angka PDB yang cukup tinggi. Walaupun ditengah pandemic covid-19 industri makanan dan minuman tetap memiliki permintaan yang signifikan, ini dikarenakan masyarakat masih perlu akan konsumsi asupan bergizi khususnya saat pandemic untuk menjaga kesehatan imunitas tubuh (www.Kemkes.com).

Bisnis *food & beverage* (kuliner) merupakan usaha yang memiliki banyak ide dan terobosan baru dalam memasarkan beragam jenis makanan dan minumannya. Usaha ini tergolong cukup mudah dilakukan walaupun dengan modal yang kecil, tidak heran jika bisnis ini cukup banyak diminati oleh masyarakat. Dari Kompas.com melalui Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengungkapkan bahwa bisnis kuliner pada tahun 2021 menjadi subsector penyumbang PDB terbesar pada ekonomi kreatif dengan total Rp 455,44 triliun atau sekitar 41% dari total PDB ekonomi kreatif. Salah satu bentuk dari usaha dibidang kuliner adalah

restaurant dan Café, Menurut (Marsum, 2005) Café merupakan tempat yang digunakan untuk makan dan minum tersedia dengan siap saji menyediakan suasana relax dan non-formal serta memberi kualitas pelayanan yang baik. Kualitas dan pelayanan yang baik merupakan faktor kunci harapan dari tiap konsumen dalam memuaskan keinginannya.

Di Kota Surabaya banyak terdapat café dan restoran dengan variasi menu dan makanan. Salah satunya adalah Café dan resto Janji jiwa. Café Janji jiwa menyediakan sejumlah menu yang beragam walaupun dikenal dengan hidangan kopinya sebagai menu utama. Di Indonesia Jumlah cabang outlet dari Café Janji jiwa sebanyak 700 outlet. Dan di Kota Surabaya sendiri Café Janji jiwa memiliki setidaknya 20 outlet yang tersebar di beberapa lokasi (www.Jiwagroup.com). Diketahui bahwa perkembangan dari Café Janji Jiwa sangat pesat beberapa tahun terakhir dengan total penjualan 5 juta cup per bulan sejak 20 juni 2018 berdiri (linkumkm.id). Namun seiring dengan berjalannya waktu pesaing bisnis yang serupa mulai berdatangan dengan cukup ketat dibuktikan dengan peraih top brand nomor satu yaitu Kopi kenanga dengan nilai 42,6% dan disusul oleh Kopi Janji jiwa 38,3%, hal ini membuat Café Janji jiwa harus terus mengedepankan inovasi dan evaluasi dari penyajian dan pelayanan agar meraih top brand nomor 1 di Indonesia (www.topbrand-award.com).

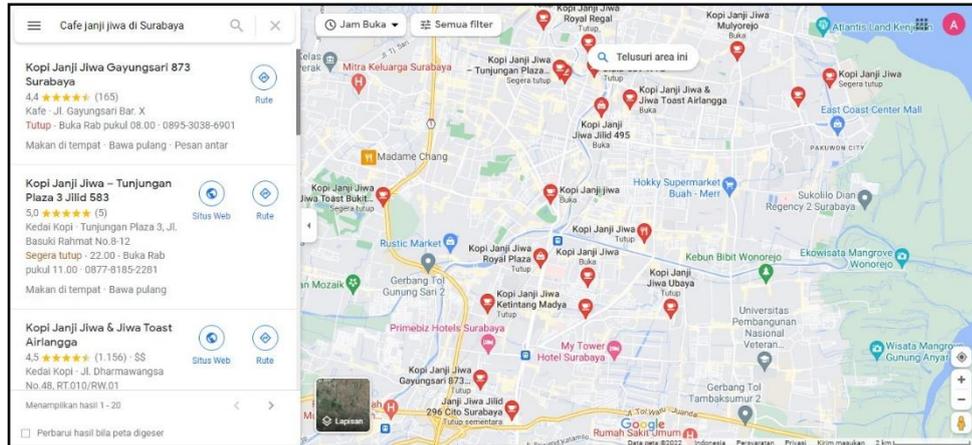


Gambar 1.1 Logo Kopi Janji Jiwa

Sumber : www.Ararasa.com

Aspek yang penting untuk dianalisa dan dievaluasi dari keberlangsungan Café Janji jiwa adalah *customer loyalty* dan *customer satisfaction*. *Customer loyalty* ditujukan agar mampu mempertahankan pelanggan yang setia kepada usaha yang dijalankan. Melalui loyalitas memberi keuntungan pada perusahaan, meliputi didalamnya transaksi berulang dan rekomendasi merk tersebut kepada keluarga, sahabat dan orang lain (Lee, 2000). Menurut (Mardalis, 2005), bahwa terdapat beberapa alasan mengapa pentingnya memperoleh customer yang loyalty diantaranya: (1) Biaya operasional perusahaan yang dikeluarkan menjadi lebih efisien apabila mempunyai nasabah yan loyal; (2) Pelanggan yang telah yakin dan percaya pada perusahaan untuk suatu urusan tentu akan percaya dalam urusan lain;(3) Biaya yang dikeluarkan lebih besar jika dibanding dengan menjaga pelanggan yang sudah ada; (4) Perusahaan sudah mengurangi biaya sosial dan psikologis karena pelanggan lama sudah memiliki banyak pengalaman positif terkait dengan perusahaan; (5) Pelanggan lebih prospektif. Menurut (Haw, 2015) mengemukakan bahwa *customer loyalty* merupakan hasil dari pengalaman emosi positif yang konsisten dirasakan oleh pelanggan. Café janji jiwa diketahui sudah memiliki *customer loyalty* yang diperlihatkan pada gambar 1.1 bahwa Café janji

jiwa melebarkan usahanya dengan membuka beberapa cabang diberbagai lokasi di Kota Surabaya. Ini menunjukkan bahwa Café janji jiwa telah mempunyai *customer loyalty* sehingga memiliki peluang untuk memperluas jangka pemasarannya.

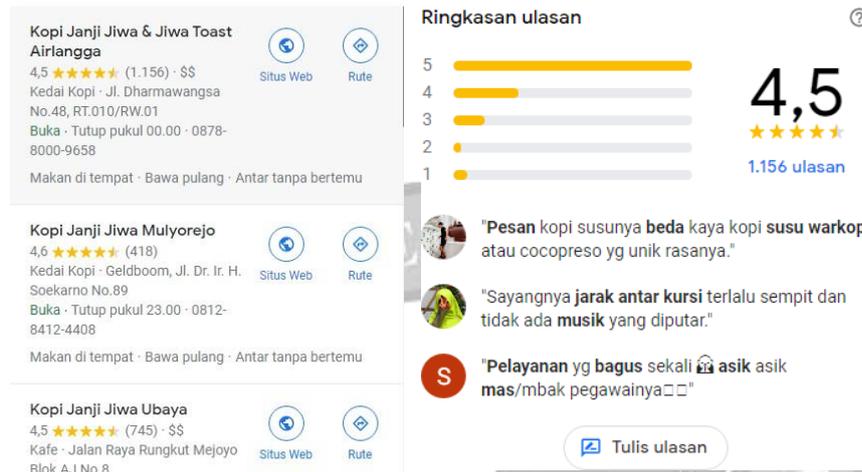


Gambar 1.2 Lokasi Café Janji Jiwa Kota Surabaya

Sumber : Googlemaps, 2022

Setelah mengetahui *customer loyalty*, terdapat variabel lain yang terbukti berpengaruh pada *customer loyalty* yakni *customer satisfaction*. Menurut (Kotler, 2001), Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja usaha sudah memenuhi harapan pembeli/konsumen. Ketika seorang konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan dari penyedia usaha maka besar kemungkinan di masa yang akan datang konsumen akan melakukan pembelian atau mencoba produk tersebut kembali. Café Janji jiwa sendiri telah memperoleh beberapa penilaian dari pelanggan terhadap kepuasan yang diperoleh setelah mencoba untuk datang ke Café

Janji jiwa, ini terlihat pada gambar 1.2. Menurut (Gallarza-Granizo, 2020) *Customer satisfaction* dipengaruhi oleh beberapa variabel lain diantaranya *Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetics* dan *Cost*.



Gambar 1.3 Review Café Janji jiwa berdasarkan penilaian pelanggan

Sumber : Google review, 2022

Service Quality Menurut (Tjiptono, 2015), adalah tingkatan bagus tidaknya kualitas yang diberikan apakah sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Dari penelitian yang dilakukan oleh (Harjati, 2015) dan (Jayasari, 2014) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Café Janji jiwa melakukan pelayanan dengan sangat professional dan ramah kepada pelanggan yang datang terlihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.4 Service Quality dari Café Janji Jiwa

Sumber : Jiwagroup.com, 2022

Social enjoyment, Menurut (Weiner, 1989), mengartikan *social enjoyment* dengan keadaan kesadaran atau sensasi yang dikarenakan oleh kenikmatan dari yang diperoleh atau dirasakan dengan baik atau sesuai dengan harapan. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Sung, 2014) mengungkapkan bahwa *social value* dalam hal ini *social enjoyment* mempunyai efek positif terhadap kepuasan pelanggan maka berpengaruh juga pada intensi pembelian. Bukti bahwa Café Janji jiwa sudah menjalankan proses *social enjoyment* dapat dilihat pada gambar 1.4 terlihat bahwa pengunjung merasa senang bersama teman dan keluarga.



Gambar 1.5 Social Enjoyment dari Café Janji jiwa

Sumber : lensautama.com, 2022

Cleanness, Menurut (Nelson Barber, 2010) *Cleanness* merupakan bagian penting dari seluruh lingkungan fisik dan memberikan pengaruh penilaian pelanggan pada pengalaman layanan. Dari penelitian (Gallarza- Granizo, 2020) kebersihan terhadap kepuasan pelanggan di restoran cepat saji pada urutan ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan setelah kualitas layanan dan harga. Café Janji jiwa cukup memiliki kebersihan yang cukup bagus ini semua juga berkat kinerja dari pekerja Café yang selalu memperhatikan kebersihan mulai dari lantai, meja, kursi dan dinding dapat dilihat pada gambar 1.5.



Gambar 1.6 *Cleannes* dari Café Janji jiwa

Sumber : pergikuliner.com, 2022

Aesthetics, Menurut (Kusmiati, 2004) merupakan suatu keadaan yang berhubungan dengan sensasi keindahan yang diperoleh individu, perasaan tersebut baru akan diperoleh jika terjadi perpaduan sinkron dari elemen-elemennya. Dari penelitian (Andani, 2019) Bahwa estetika yang tinggi dan menarik dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Dikarenakan pelanggan sudah memiliki *experience* yang baik. Café Janji jiwa terbukti memiliki tingkat *aesthetics* yang baik

dengan beberapa dekorasi interior yang mengesankan sehingga memunculkan suasana yang tenang dan nyaman terlihat pada gambar 1.6.



Gambar 1.7 Aesthetics dari Café Janji jiwa

Sumber : pergikuliner.com, 2022

Cost, Menurut (Tjiptono, 2016) adalah elemen dari bauran pemasaran yang memperlihatkan biaya yang dibayarkan oleh perusahaan terlihat dari harga yang diterapkan pada suatu produk yang akan menghasilkan pendapatan. Penelitian dari (Fadillah, 2020) dan (Lailia, 2012) bahwa Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yakni dengan semakin murah harganya maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Café janji jiwa memiliki *cost* yang sesuai dengan kantong pelanggan dengan kisaran harga tiap menu mulai dari Rp 15.000,- - Rp 35.000, Terlihat pada gambar 1.6. berikut.

KOPI		R	L	MILK TEA SERIES		R	L	HYDRO COCO SERIES		R	L	
KOPI SUSU (ICE/HOT)		18	23	BROWN SUGAR MILK TEA		22	28	COCO PRESSO		18	23	
KOPI HITAM MANIS (ICE/HOT)		15	18	WITH COFFEE JELLY				COCO PANDAN		20	25	
KOPI POKAT		28		BROWN SUGAR MILK TEA		22	28	CREAMY COCO		20	25	
KOPI SOKLAT (ICE/HOT)		20	25	WITH CINCAU								
SOY COFFEE LATTE (ICE/HOT)		25	30									
KOPI KLASIK		R	L	EARL GREY SERIES		R	L	PANDAN SERIES		R	L	
CARAMEL MACCHIATO		23	29	EARL GREY TEA		18	23	KOPI PANDAN		20	25	
CARAMEL LATTE		22	28	BROWN SUGAR EARL GREY		25	30	SOYA PANDAN		25	30	
HAZELNUT LATTE		22	28	MILK TEA				TEH CINCAU PANDAN		15	20	
VANILLA LATTE		22	28									
KOPI DOLCE		18	23	TANPA KOPI		R	L	SOERAM SERIES		R	L	
LATTE (ICE/HOT)		18	23	SUSU SOKLAT (ICE/HOT)		18	23	SOERAM REGAL		20	25	
AMERICANO (ICE/HOT)		15	18	SOKLAT BERRY		28	33	KOPI SOERAM		22	27	
JANJILO SERIES		R	L	MADU YUZU		25	30					
KOPI MILO		20	25	YOGHURT YUZU		28	33					
KOPI MILO MACCHIATO		23	28	SUSU CINCAU		20	25					
MILD MACCHIATO		20	25	SUSU KOPI JELLY		20	25					
				SUSU MATCHA (ICE/HOT)		25	30					
				SOY MATCHA LATTE (ICE/HOT)		28	33					
				TEH DOLCE		18	23					
TOPPING		REGAL	CINCAU	SPRO								
		5	3	5								
		COFFEE JELLY	ICE CREAM									
		5	8									

Ramos Samuel Batu Bara
6 ulasan • 1 Pengikut

4★ DINING Feb 21, 2019

Toko kopi kekinian yg cukup viral di sosial media. Sebenarnya gua memfavoritkan es kopi pokat nya, tapi kita review es kopi susu nya dulu ya. Menurut gua, es kopi susu nya lebih strong rasa kopi dibandingkan susu nya, after taste kopi nya dapet banget, apalagi kalau less sugar. Gula aren nya gak terlalu dominan banget, tapi manis nya pas. Pokoknya bikin melek mata setelah minum segelas es kopi susu yg dibanderol dengan harga 18 ribu ini. Worth to try!



ambar 1.8 Cost dari Café Janji jiwa

Sumber : pergikuliner.com, 2022

Dari penjelasan diatas maka diketahui begitu pentingnya pengetahuan dan analisa mengenai *customer loyalty* dan *customer satisfaction* beserta elemen didalamnya, sehingga Café Janji jiwa bisa bersaing dalam dunia bisnis kuliner dengan Café-café lainnya diluar. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian yaitu **“Pengaruh Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetics Dan Cost Terhadap Loyalty Melalui**

Satisfaction Pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa Di Surabaya". Dengan adanya ini hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur untuk perbaikan bisnis kuliner dimasa yang akan datang.

1.2 Batasan Masalah

Pada penelitian ini dibatasi pada beberapa hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini memfokuskan variabel yang diteliti pada *Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetics, Cost* terhadap *Costumer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* dari pelanggan Café Janji Jiwa Surabaya.
2. Karakteristik Responden dibatasi pada kriteria
 - a. Pria dan wanita.
 - b. Memiliki umur dengan rentang 18 – 60 tahun, pemilihan didasarkan dari teori (Kotler, 2009), bahwa ini tergolong masa dewasa.
 - c. Berdomisili di Kota Surabaya.
 - d. Sudah membeli dan mengkonsumsi di tempat makanan dan minuman Café Janji jiwa Kota Surabaya dengan frekuensi pembelian minimal 3 kali dalam 1 tahun.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditarik permasalahan dalam penelitian yang merupakan inti dari tujuan dan hipotesis yang akan dijawab. Beberapa pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya
2. Apakah *social enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya?
3. Apakah *cleanness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya?
4. Apakah *aesthetics* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya?
5. Apakah *cost* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya?
6. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh dari *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya.
2. Mengetahui pengaruh dari *social enjoyment* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya.
3. Mengetahui pengaruh dari *cleanness* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya.
4. Mengetahui pengaruh dari *aesthetics* terhadap *customer satisfaction* pada

pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya.

5. Mengetahui pengaruh dari *cost* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya.
6. Mengetahui pengaruh dari *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Café Janji jiwa di Kota Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat bermanfaat khususnya untuk para pengusaha yang bergerak dibidang kuliner agar dapat menjangkau dan mengembangkan pemasarannya dengan memperhatikan beberapa faktor yaitu *service quality*, *social enjoyment*, *cleanness*, *aesthetics*, *cost* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Maka dengan ini dapat menjadi sumber referensi dan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pengaruh terhadap *customer loyalty* pada pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Beberapa manfaat praktis yang ingin peneliti capai pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Café and Resto yang berhubungan pada penelitian ini yaitu Café Janji jiwa dapat menjadikan penelitian ini sebagai sumber data dan referensi untuk meningkatkan pelanggan yang *loyal* pada Café.
2. Café and Resto Janji jiwa di Kota Surabaya dapat mengetahui beberapa hal yang bisa mempengaruhi pada *customer loyalty*.
3. Memberikan masukan dan pengetahuan baru pada manajer dari Café Janji jiwa untuk mengevaluasi dan memperbaiki serta meningkatkan beberapa aspek seperti *Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetics, dan Cost*.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi tentang landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas, kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, variable, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis data yang digunakan untuk membahas data berupa kuisioner yang telah diisi oleh responden dianalisis dengan uji validitas dan reliabilitas.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan penutup yang mencakup kesimpulan mengenai hasil penelitian dan saran-saran sebagai bahan pertimbangan untuk kemajuan yang diharapkan.

