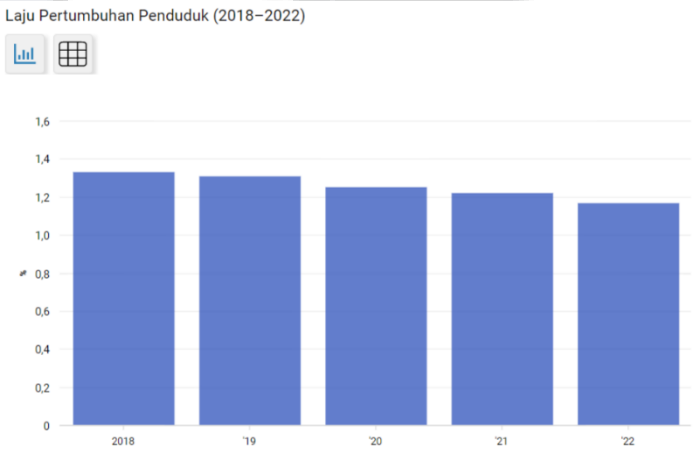
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejumlah negara di dunia pastinya memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak. Terdapat beberapa negara dengan populasi paling tinggi di dunia yang jumlahnya mencapai jutaan hingga miliaran. Dari data PBB Indonesia merupakan negara yang menempati urutan ke empat setelah Amerika Serikat mencapai 276 juta jiwa. (https://www.cnnindonesia.com, diunduh 1 Februari 2023)

Pertumbuhan penduduk Indonesia adalah perubahan kenaikan atau penurunan jumlah penduduk.hal tersebut terjadi karena perpindahan penduduk dari kota kecil ke kota besar. (https://www.detik.com, diunduh 24 Januari 2023) (https://databoks.katadata.co.id, diunduh 24 Januari 2023)



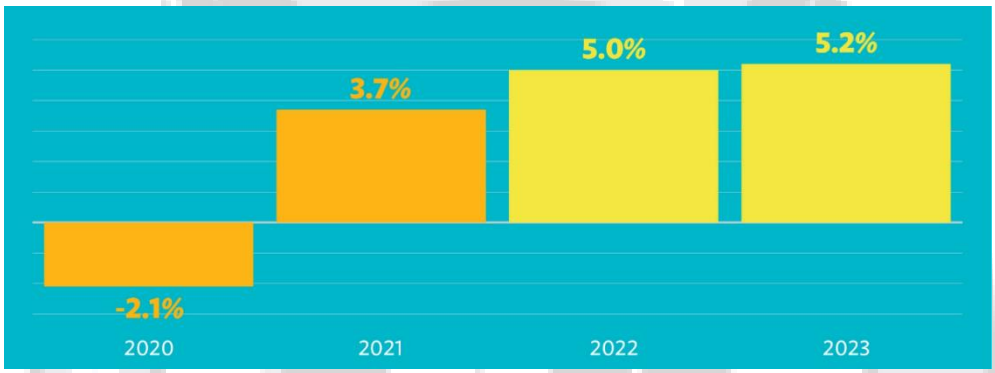
Gambar 1.1 laju pertumbuhan penduduk di indonesia

(Sumber : https://databoks.katadata.co.id, diunduh 24 Januari 2023)

Gambar 1.1 menunjukkan data laju pertumbuhan penduduk di Indonesia pada tahun 2018 – 2022 mengalami penurunan dalam 5 tahun terakhir. Sebagian

Besar penduduk Indonesia berusia 15 sampai 64 tahun.(https://www.detik.com, diunduh 24 Januari 2023) (https://databoks.katadata.co.id, diunduh 24 Januari 2023)

Pertumbuhan ekonomi merupakan perubahan kondisi suatu negara yang awalnya buruk menuju keadaan perekonomian yang lebih baik dengan jangka waktu tertentu.



Gambar 1.2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

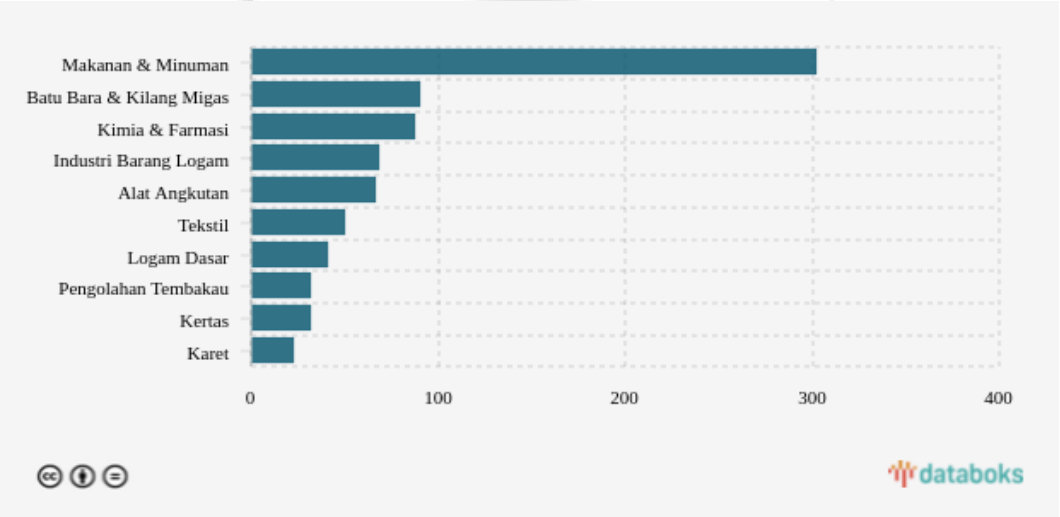
(Sumber : https://www.adb.org, diunduh 24 Januari 2023)

Gambar 1.2 menjelaskan bahwa Perekonomian Indonesia diprediksi akan naik sebesar 3.7% - 5,2% yang dulunya mengalami penurunan sebesar 2.1% pada tahun 2020. Menurut prediksi Bank Indonesia, Pertumbuhan ekonomi Indonesia akan terus meningkat sebanyak 1,2% pada tahun 2024 menjadi 4,7% - 5,5%. (https://klc2.kemenkeu.go.id, diunduh 24 Januari 2023), (https://www.adb.org, diunduh 24 Januari 2023)

Seiring adanya pertumbuhan Ekonomi di Indonesia, masyarakat dibantu karena adanya konsumsi rumah tangga, salah satu faktornya adalah peningkatan industri makanan dan minuman di kelas menengah kebawah. Peningkatan ini

menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat yang hidup di perkotaan. Semua perusahaan melakukan adaptasi dengan tren karena budaya masyarakat indonesia

tidak akan sama. (https://www.djkn.kemenkeu.go.id, diunduh 24 Januari 2023)



Gambar 1.3 Jumlah produksi di industri makanan dan minuman

(Sumber : https://databoks.katadata.co.id, diunduh 24 Januari 2023)

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan bahwa sektor industri makanan dan minuman menjadi kontributor terbesar yang angkanya mencapai hingga Rp. 302,28 Triliun atau setara dengan 34,44% (https://databoks.katadata.co.id, diunduh 24 Januari 2023)

Pandemi Covid – 19 membuat seluruh sektor industri terkena dampak termasuk industri makanan dan minuman, karena banyak masyarakat yang dipaksa untuk mengikuti pola makan sehat bagi kelas menengah keatas, sedangkan bagi masyarakat Indonesia kelas menengah kebawah harus berpikir untuk

mengkonsumsi. Industri makanan dan minuman dapat bertahan hingga mengalami kenaikan sebesar 0,66%. (https://www.gapmmi.id, diunduh 24 Januari 2023)

Kopi dalam Bahasa arab "qahwa" merupakan sebutan untuk minuman yang terbuat dari biji, sedangkan "coffee" yang berarti kuat. Istilah kopi memang sikenal karena minuman yang dapat meningkatkan energi dan stamina (https://www.gurusiana.id, diunduh 25 November 2022)

Terdapat berbagai macam jenis biji kopi nusantara yang popular di Indonesia yaitu kopi arabika, kopi robusta, dan kopi liberika, ketiga jenis kopi tersebut sudah terkenal hingga mendunia, selain itu terdapat jenis lainnya kopi luwak, kopi tubruk, kopi latte, Macchiato, Cuban Espresso, dan *Cold Brew*. (https://katadata.co.id, diunduh 25 Januari 2023)

Jenis – jenis kopi popular dijadikan minuman kopi yang memiliki ciri khas tersendiri, terdapat citarasa dan aroma kopi yang menyengat di setiap jenis kopi. Kopi Robusta merupakan salah satu kopi yang menggantikan tumbuhan kopi arabika yang mati akibat penyakit karat daun. Kopi ini memiliki ketahanan aroma dan citarasa yang paling baik. (https://katadata.co.id, diunduh 25 Januari 2023)

Kopi Arabika menjadi kopi yang memiliki kualitas terbaik di Indonesia. Perkebunan kopi Robusta di Indonesia menjadi produsen kopi terbesar di dunia hingga sekarang, namun kopi arabika juga memiliki kualitas yang bagus dan dijadikan sebagai budaya meminum kopi di Indonesia. (https://lifestyle.kompas.com, diunduh 25 Januari 2023)

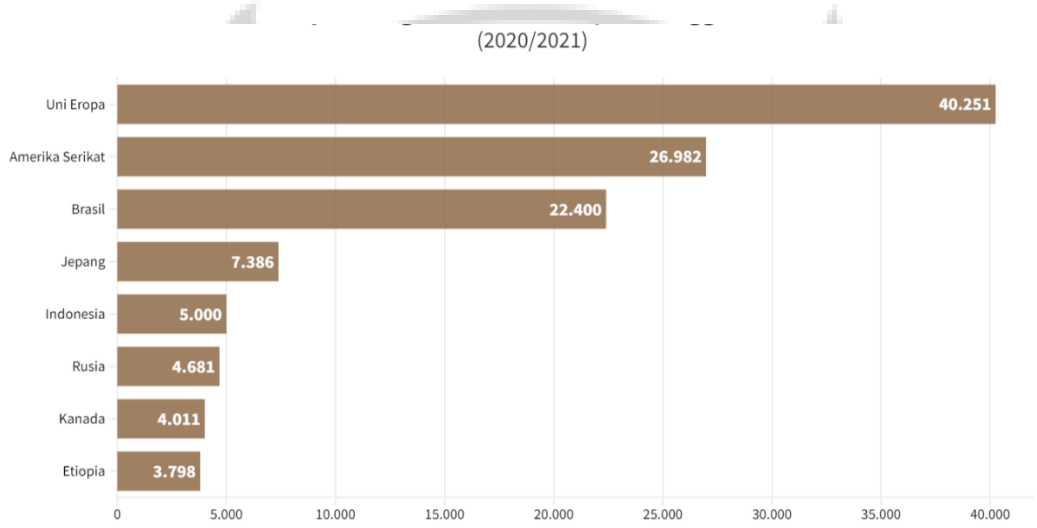
Budidaya kopi tentunya tidak mudah agar menghasilkan biji kopi yang enak dan harum, Hal pertama yang harus dilakukan adalah menanam pohon peneduh agar dapat mengkontrol intensitas cahaya yang masuk, karena tumbuhan kopi tidak memerlukan cahaya yang terik. Pohon peneduh juga memerlukan waktu yang cukup lama 2 – 4 tahun. Tumbuhan kopi merupakan sumber dari minuman kopi yang menghasilkan bahan utama biji kopi. Terdapat biji kopi yang diambil dari sisa kotoran luwak atau musang kelapa. Biji kopi dari hewan musang ini diyakinkan memiliki rasa yang berbeda. (http://cybex.pertanian.go.id, diunduh 20 Desember 2019), (https://barecamedia.com, diunduh 25 Januari 2023)

Kepopuleran kopi di Indonesia sudah mengalami naik turun dikarenakan sistem tanam paksa di Indonesia. Pada tahun 2000 kopi Indonesia mulai menunjukkan kelasnya hingga Internasional, dan Indonesia berhasil menempati ranking keempat menjadi produsen kopi terbesar. Terdapat banyak hal yang membuat kopi indonesia menjadi salah satu terbaik yaitu berbagai jenis cita rasa yang berkualitas, dan aroma khas kopi Indonesia yang meningkatkan reputasi kopi Indonesia. (https://ditjenppi.kemendag.go.id, diunduh 25 Januari 2023)

Pertumbuhan kopi dalam 10 tahun terakhir di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 250%. Lahan kopi di Indonesia sangat besar dan dapat menghasilkan produksi kopi sebanyak 761 ribu ton dalam 1 tahun. Pemerintah Indonesia mendukung penuh pertumbuhan industri kopi di Indonesia dengan tujuan untuk mempromosikan kopi indonesia hingga pasar global. Masyarakat Indonesia diinginkan untuk melakukan pengembangan bisnis kopi di rancah internasional. Hal ini menunjukan bahwa masyarakat Indonesia sangat tertarik untuk melakukan

inovasi usaha kopi, dan Industri kopi (https://www.ekon.go.id, diunduh 25 Januari 2023)

Indonesia merupakan 10 negara penghasil kopi terbesar di dunia. Menurut data Badan Pusat Statistik memiliki catatan bahwa Indonesia memproduksi hingga 770 ribu ton pada tahun 2021.



Gambar 1.4 Wilayah Konsumsi Kopi Tertinggi di Dunia

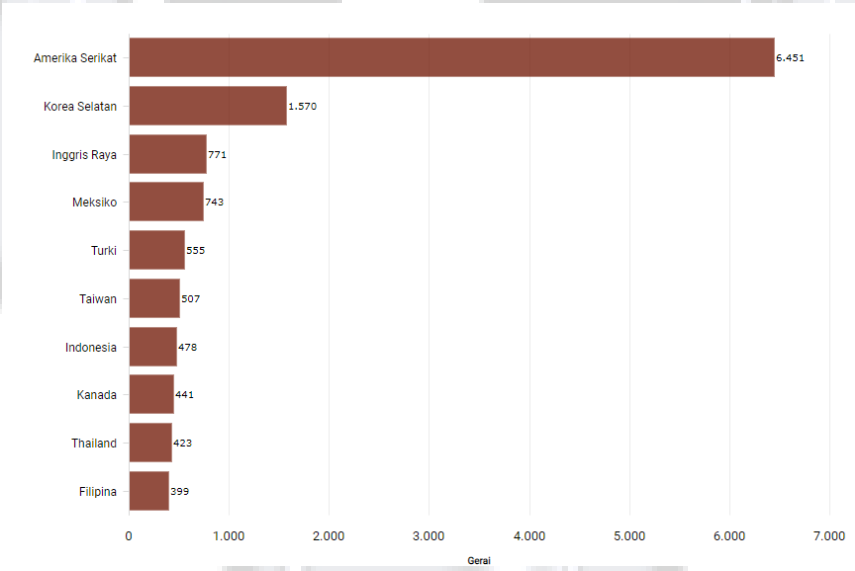
(Sumber : https://dataindonesia.id, diunduh 25 Januari 2023)

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa menurut data dari konsumsi kopi tertinggi ke 5 di dunia. Selain itu Indonesia merupakan negara pengekspor kopi terbesar yang memiliki tujuan ke beberapa negara seperti Amerika, Spanyol, Malaysia, dan Jepang. (https://dataindonesia.id, diunduh 29 September 2022), (https://ekonomi.bisnis.com, diunduh 25 Januari 2023)

Kepopuleran kopi di Indonesia sudah mengalami naik turun dikarenakan sistem tanam paksa di Indonesia. Pada tahun 2000 kopi Indonesia mulai menunjukkan kelasnya hingga Internasional, dan Indonesia berhasil menempati ranking keempat menjadi produsen kopi terbesar. Terdapat banyak hal yang

membuat kopi indonesia menjadi salah satu terbaik yaitu berbagai jenis cita rasa yang berkualitas, dan aroma khas kopi Indonesia yang meningkatkan reputasi kopi Indonesia. (https://indischearchipel.com, diunduh 26 Januari 2023)

Starbuck merupakan franchise kedai kopi yang terkenal di Amerika Serikat. Awalnya hanya sebagai toko jual beli Kopi, namun sekarang Starbuck merupakan café yang digunakan masyarakat memiliki konsep sebagai kedai dan menjadi tempat nongkrong. Starbucks melakukan ekspansi ke negara Indonesia pada tahun 2003 di Bandara International Soekarno – Hatta. (https://www.kompas.com, diunduh 26 Januari 2023).

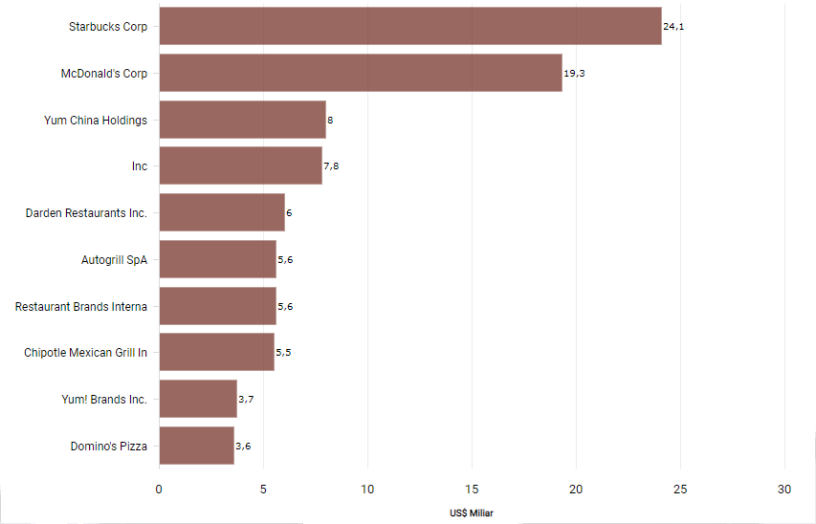


Gambar 1.5 Jumlah gerai Starbucks di Dunia

(Sumber : https://databoks.katadata.co.id, diunduh 26 Januari 2023)

Industri Starbucks menjadi perusahaan minuman kopi terbesar di dunia pada saat ini dengan memiliki 79 cabang di berbagai negara. Gambar 1.5 menjelaskan bahwa Starbuck berhasil menjadi gerai terbanyak yang berada di

negara Amerika Serikat. Hal tersebut membuat tren Kopi di Dunia semakin meningkat. (https://databoks.katadata.co.id, diunduh 26 Agustus 2023)



Gambar 1.6 Starbuck menjadi Industri dengan pendapatan terbesar

(Sumber : https://databoks.katadata.co.id, diunduh 26 Januari 2023)

Gambar 1.6 menunjukkan bahwa Starbucks memiliki pendapatan sebesar 24,1 Miliar pada tahun 2020. Dengan banyaknya jumlah gerai membuat industri Starbucks menjadi perusahaaan dengan pendapatan tertinggi dan masuk dalam 10 perusahaan makanan cepat saji dengan pendapatan terbesar. (https://databoks.katadata.co.id, diunduh 26 Januari 2023)

Pertumbuhan industri Starbucks sudah memiliki lebih dari 500 gerai di Indonesia. Dalam perkembangan Industri Food & Beverage, Starbucks memilih Indonesia untuk menjadi gerai Starbucks Reserve yang memiliki gerai, kualitas, dan proses pengolahan yang berbeda dibandingkan gerai Starbucks biasa.

(https://www.kompas.com, diunduh 26 Januari 2023), (https://mojok.co, diunduh 26 Januari 2023)

Gambar 1.6 Tren kopi yang digunakan sebagai diskusi

(Sumber : https://www.crushpixel.com, 26 Januari 2023)

Gambar 1.6 menjelaskan tentang Tren minuman kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat dari kalangan remaja hingga lansia. hal ini dapat dilihat dari banyaknya café yang ada di dunia bahkan di Indonesia. Sejak dulu Masyarakat Indonesia menyukai minuman kopi yang selalu dinikmati dengan cara menggunakan alas gelas dan dihirup perlahan – lahan, atau dinikmati menggunakan es batu. Tren kopi biasanya dilakukan sambal mengobrol, berdiskusi, mengerjakan tugas, dll. (https://kumparan.com, diunduh 26 Januari 2023)

Menurut Nurdianah, (2019). Mengkonsumsi kopi sudah menjadi gaya hidup yang sudah tertanam dalam masyarakat Indonesia. Menurut data dari euromonitor café di Indonesia, pertumbuhannya meningkat hingga 16% karena hampir seluruh kafe di Indonesia ramai konsumen dari kalangan remaja hingga lansia, dari data café di Indonesia dapat dikatakan terdapat perubahan fenomena sosial dan budaya

karena adanya perubahan perilaku masyarakat. (https://kumparan.com, diunduh 26 Januari 2023)

Secangkir kopi pada saat melakukan aktivitas dapat meningkatkan produktivitas karena terdapat kandungan kafein. Menurut hasil penelitian dari *London School of Hygiene and Tropical medicine* mengatakan bahwa kafein yang terkadung dalam kopi dapat meningkatkan konsentrasi dan daya ingat. (https://kumparan.com, diunduh 26 Januari 2023)

Menurut Teddy Roosevelt, kopi merupakan salah satu minuman yang tidak bisa dipisahkan karena dapat membantu manusia untuk menemukan inspirasi – inspirasi.(https://kumparan.com, diunduh 26 Januari 2023)

Industri kopi di Indonesia menjadi trending bagi masyarakat Indonesia, banyak *startup* kopi seperti Fore Coffee, kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa, dll yang menjadi pesaing industri kopi. Banyaknya bisnis kopi di Indonesia, Starbucks berfokus untuk meningkatkan kinerja dari banyaknya jenis produk minuman dan mengutamakan kepuasan pelanggan.(https://ekonomi.bisnis.com, diunduh 27 Januari 2023

Tren kedai kopi traditional, Starbucks melakukan perubahan produk agar konsumen merasa bahwa pelayanan yang dilakukan semakin baik. Starbucks berusaha untuk mendekati konsumen melalui social media yang digunakan, promosi yang ditawarkan, produk – produk menarik yang dijual seperti tumbler, selain itu juga menyediakan member Starbucks card di APP yang sangat menguntungkan konsumen.(https://mix.co.id, diunduh 29 Januari 2023)

Nama Brand	Cabang
Starbucks	478
Excelso	126
Max Coffee	88
Djournal Coffee	13

Tabel 1.1 Pesaing Utama Starbucks

(Sumber : https://www.daya.id, diunduh 30 Januari 2023, https://katadata.co.id, diunduh 30 Januari 2023, https://bisnis.tempo.co, diunduh 30 Januari 2023, https://cantik.tempo.co, diunduh 30 Januari 2023)

Tabel 1.1 Menjelaskan banyaknya cabang yang sudah beredar di setiap kota Indonesia. Starbucks menempati peringkat paling atas dengan cabang terbanyak. Hal tersebut membuktikan bahwa Starbucks berhasil menyebarkan ke seluruh indonesia dengan 478 gerai terbaiknya. (https://www.daya.id, diunduh 30 Januari 2023), (https://katadata.co.id, diunduh 30 Januari 2023), (https://bisnis.tempo.co, diunduh 30 Januari 2023), (https://cantik.tempo.co, diunduh 30 Januari 2023).

Han dan Ryu, (2009); Lin dan Liang, (2011); All et al., (2016) mengungkapkan bahwa *physical environment* menggambarkan fasilitas yang nyata dari layanan yang mencakup warna, udara, aroma, iluminasi, instalasi, dan tata letak untuk menikmati kenikmatan, kepuasan dan perilaku konsumen. Hal ini dibuktikan pada gerai Starbucks yang menggambarkan suasana kenyamanan dari kafe , sehingga konsumen menikmati layanan dari Starbucks.

Litchtle dan Plicon (2014), Bonnin dan Goudey (2012), Borghini et al., (2020) mengungkapkan bahwa *Interior shop environtment & layout* berfokus pada lingkungan toko dan gerak gerik tubuh selama konsumen melakukan pembelian

yang memperkuat pengalaman dan kepuasan pembelian mereka. Variabel ini dibuktikan dengan adanya lingkungan dari kedai dan tata letak interior (kursi, meja, *merchandise)* Starbucks memberikan yang terbaik sehingga pelanggan merasa puas dengan pengalaman selama di kedai.

Marques et al. (2013) mengungkapkan bahwa *Interaction with staff* merupakan faktor terpenting kedua yang lebih mengarah ke kepuasan pelanggan dan rasa ingin kembali yang didapatkan pelanggan dari karyawan. Variabel ini merupakan aspek penting dalam melakukan interaksi kepada pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Starbucks memberikan interaksi pelanggan dengan staf dengan baik sehingga konsumen merasa dilayani dengan ramah dan mendapatkan apa yang diinginkan.

Terblanche (2018) mengungkapkan bahwa *Interacion with other customers* di dalam toko merupakan aktivitas yang dipengaruhi oleh interaksi dengan pelanggan lainnya. pelanggan adalah makhluk sosial dan perilaku pembelian mereka dipengaruhi oleh staff maupun konsumen itu sendiri. Dapat dibuktikan bahwa pelanggan Starbucks dapat mempengaruhi pelanggan lainnya untuk membeli produk yang ditawarkannya. Pelanggan juga membuat minumannya sendiri karena terpengaruh pelanggan lain. Pada prinsipnya hal yang terpenting dalam melakukan penjualan adalah interaksi dengan pelanggan maupun dengan karyawan. Starbucks melakukan interaksi sangat baik untuk meningkatkan kualitas mereka, yang terpenting mereka selalu melakukan interaksi melalui penawaran produk dan penawaran barang yang dijual oleh Starbucks.

Sirohi et al. (1998), Terblanche (2018) menungkapkan *Merchandise value* bahwa nilai barang dagang merupakan kompromi diantara pengeluaran uang dan manfaat barang yang ditawarkan oleh toko. Hal ini dibuktikan ketika Starbucks memberikan barang yang dijual sesuai dengan harga dan kualitasnya. Contohnya Starbucks menjual minumannya dengan harga 70 ribu, dengan harga tersebut Starbucks memberikan kualitas yang terbaik sesuai yang ditawarkan.

Morales et al.(2005), Bauer dkk.(2012), Marques et al.(2013) mengungkapkan bahwa *Merchandise variety* ketika sebuah toko memiliki produk dengan kualitas yang baik dan menawarkan banyak pilihan kepada konsumennya. Di jaman yang sudah berkembang ini, Kopi sudah menjadi kebutuhan seseorang sehari – hari khususnya masyarakat dengan usia produktif. Sehingga hal tersebut dapat menambah inspirasi seseorang ketika meminum kopi, Starbucks memiliki banyak produk dari minuman *coffee* dan *non coffee*, selain itu terdapat produk yang dapat di buat oleh konsumen sendiri sesuai dengan keinginan.

El-Adly, (2019) mengungkapkan bahwa *Perceived value* merupakan suatu konsep nilai yang mendapatkan banyak perhatian dari pemasar, pelanggan juga terdorong oleh nilai tersebut. Semua gerai pastinya memiliki nilai keuntungan yang berbeda beda, Starbucks mempunyai nilai keuntungan tersendiri. Banyak pelanggan yang merasa bahwa dengan mereka mengeluarkan uang mereka mendapatkan banyak manfaat dari Starbucks misalnya kesenangan tersendiri, dan secara otomatis meningkatkan nilai kepuasan juga dari pelanggan.

Ali et al., (2016) mengungkapkan bahwa *Customer Satisfaction* merupakan kepuasan pelanggan sebagai penelitian atas transaksi tertentu. Dalam hal ini tidak perlu diragukan lagi karena Starbucks sudah memberikan yang terbaik demi kepuasan pelanggan. Banyak pelanggan yang merasa sangat puas dengan Starbucks dari segi produk maupun layanan yang disediakan karena Starbucks ingin membangun kesetiaan pelanggan.

Gonçalves dan Sampaio,(2012), Kato, (2019), Shkoukani et al., (2017) mengungkapkan bahwa *Customer Loyalty* merupakan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku dan sikap pelanggan. Hal ini dibuktikan bahwa Starbucks memberikan pengaruh yang baik sehingga semua pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk tetap setia dengan Starbucks.

1.2 Batasan masalah

Dalam setiap penelitian terdapat batasan yang dapat menentukan masalah agar pembahasan tidak meluas. Karena hal tersebut, pembahasan harus dibatasi oleh beberapa hal

1. Dalam penelitian ini terdapat banyak variable yang terlibat yaitu *Physical environment, interior shop environment & layout, interaction with the staff, interaction with other customers, merchandise value, merchandise variety, perceived value, customer satisfaction,* dan *customer loyalty.*

2. Karakteristik responden dalam penelitian ini pria dan Wanita dengan batasan umur 18 – 60 tahun. Mayoritas responden bekerja di sektor swasta, wiraswasta, dan pelajar.

1.3 Rumusan masalah

Bedasarkan fenomena, latar belakang, dan batasan masalah yang ada dibentuk rumusan masalah untuk membahas permasalahan yang ada. Rumusan masalah dalam penelitian berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada konsumen starbuck di Surabaya

1. Apakah *physical environment* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
2. Apakah *interior shop environment & layout* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
3. Apakah *interaction with the staff* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
4. Apakah *interaction with other customers* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
5. Apakah *merchandise value* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
6. Apakah *merchandise variety* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
7. Apakah *physical environment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?

8. Apakah *interior shop environment & layout* berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
9. Apakah *interaction with the staff* berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
10. Apakah *interaction with other customers* berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
11. Apakah *merchandise value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
12. Apakah *merchandise variety* berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
13. Apakah *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
14. Apakah *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?
15. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada konsumen Starbucks di Surabaya ?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mencari tahu faktor apasaja yang mempengaruhi *customer loyalty* pada konsumen starbucks di Surabaya. Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *physical environment* terhadap *perceived value* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *interior shop environment & layout* terhadap *perceived value* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *interaction with the staff* terhadap *perceived value* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *interaction with other customers* terhadap *perceived value* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *merchandise value* terhadap *perceived value* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
6. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *merchandise variety* terhadap *perceived value* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
7. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *physical environment* terhadap *Customer satisfaction* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
8. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *interior shop environment & layout* terhadap *Customer satisfaction* kepada konsumen Starbucks di Surabaya

9. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *interaction with the staff* terhadap *Customer satisfaction* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
10. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *interaction with other customers* terhadap *Customer satisfaction* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
11. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *merchandise value* terhadap *Customer satisfaction* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
12. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *merchandise variety* terhadap *Customer satisfaction* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
13. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *perceived value* terhadap *Customer satisfaction* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
14. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *perceived value* terhadap *customer loyalty* kepada konsumen Starbucks di Surabaya
15. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* kepada konsumen Starbucks di Surabaya

1.5 Manfaat penelitian

Hasil tujuan penelitian diatas, terdapat beberapa manfaat penelitian yang dijadikan sebagai acuan yaitu :

1.5.1 Manfaat teoritis

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan mempunyai hasil yang valid, dan memiliki pengetahuan khususnya di bidang kopi yang berkaitan dengan faktor *customer loyalty, perceived value, customer satisfaction*. Selain itu hasil penelitian diharapkan menjadi tolak ukur dalam penelitian di masa yang akan datang

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi banyak pihak adalah sebagai berikut:

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, lembaga yang bergerak di bidang sektor industri mengenai wawasan baru dalam menyelesaikan masalah . Selain itu penulis dapat menerapkan output dari matakuliah yang pernah diajarkan tentang *Customer Satisfaction, Perceived Value, Customer Loyalty*. Penelitian ini memberikan informasi yang jelas kepada perusahaan tentang kesetiaan dari konsumen. Dari hasil penelitian ini dapat dipastikan faktor apa saja yang harus diterapkan untuk menjaga kesetiaan pelanggan. Faktor ini meliputi berbagai macam variabel tentang *Physical Environment, Interior Environment & Layout, Interaction with the staff, Interaction with other customers, merchandise value, merchandise variety, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.*

1.6 Sistematika Penulisan

Bedasarkan sistematika penelitian ini, pembaca dapat mempermudah dan memahami penelitian ini, oleh karena itu setiap bab akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan banyaknya fenomena sosial yang terjadi dalam 5 tahun kebelakang sehingga dalam penelitian terdapat penyusunan dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menjelaskan awal penelitian yang meliputi; penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel dalam metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan tentang profil perusahaan yang akan diteliti secara singkat, kemudian terdapat analisis data, metode analisis statistik, metode penelitian, dan pembahasan dari hasil yang telah di dapat.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian terakhir menunjukkan kesimpulan, terdapat implikasi, dan rekomendasi atau saran terhadap penelitian.

https://ekonomi.bisnis.com/read/20220923/12/1580587/simak-5-negara-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia-ada-indonesia#:~:text=Selain%20menghasilkan%20kopi%20terbanyak%2C%20Brazil,konsumsi%20kopi%20terbanyak%20di%20dunia.

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/13/10-negara-dengan-konsumsi-kopi-terbesar-dunia

https://kumparan.com/dodirosadi007/tren-minum-kopi-sebagai-gaya-hidup-1uNR9kCdiK7

https://katadata.co.id/intan/berita/620367a42faec/9-jenis-kopi-populer-di-indonesia

https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2432222.aspx#:~:text=Bank%20Indonesia%20memprakirakan%20pertumbuhan%20ekonomi,pertumbuhan%20ekonomi%20global%20yang%20melambat.

https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5635957/faktor-yang-mempengaruhi-pertumbuhan-penduduk-kota-besar-di-indonesia-apa-saja

https://www.adb.org/id/news/indonesia-economic-growth-strengthen-2022-2023-adb

https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalut/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/makanan-dan-minuman-jadi-kontributor-terbesar-pdb-sektor-industri-kuartal-ii-2022

https://www.gurusiana.id/read/anangfauzi/article/sejarah-kopi-masuk-indonesia-1253483#:~:text=Kata%20%E2%80%9Cqahwa%E2%80%9D%20atau%20%E2%80%9Ckahveh,untuk%20meningkatkan%20energi%20dan%20stamina.

https://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/apec-oi/organisasi-komoditi-internasional/ico#:~:text=Indonesia%20merupakan%20negara%20penghasil%20kopi,area%20sebesar%201.228.512%20ha.

https://lifestyle.kompas.com/read/2021/03/26/162311720/5-kopi-arabika-terbaik-dari-indonesia-paling-disukai-di-dunia?page=all

https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3342/pemerintah-apresiasi-kolaborasi-mendorong-pertumbuhan-industri-kopi-indonesia

https://www.kompas.com/tren/read/2022/09/21/153000965/sejarah-starbucks-dari-jualan-kopi-kini-miliki-ribuan-franchise?page=all

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/starbucks-miliki-328-ribu-gerai-resmi-di-seluruh-dunia-terbanyak-di-as

https://www.kompas.com/properti/read/2022/08/29/143000821/starbucks-resmi-punya-500-gerai-di-indonesia

https://inspirensis.id/artikel/indonesia-top-ten-gerai-starbucks-terbanyak-mau-ikut-buka/

https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/marketing-strategy/membangun-brand-ala-starbucks-indonesia/

https://www.daya.id/usaha/peluang-usaha/excelso

https://katadata.co.id/pingitaria/berita/5e9a55503b807/maxx-coffee-berencana-buka-30-gerai-baru-tahun-ini#:~:text=Saat%20ini%2C%20Maxx%20Coffee%20memiliki,di%2022%20kota%20di%20Indonesia. https://bisnis.tempo.co/read/1108057/andalkan-kopi-lokal-djournal-coffee-bersiap-ekspansi-lebih-jauh#:~:text=Sejak%20berdiri%20pertama%20kali%20pada,%2C%20Bandung%2C%20Surabaya%2C%20Bali.