

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di zaman yang modern saat ini, banyak kebiasaan yang telah berubah yang dialami oleh semua masyarakat di dunia ini. Perubahan tersebut membawa berbagai dampak kepada hidup masyarakat luas, baik itu dampak positif ataupun dampak negatif. Dampak positif sendiri memberikan manfaat yang baik kepada masyarakat luas dan dampak negative memberikan manfaat yang kurang baik bagi masyarakat luas. Semuanya itu telah menjalar menjadi satu menjadi yang namanya globalisasi, dimana globalisasi mempengaruhi berbagai macam hal mulai dari budaya, gaya hidup, serta kepercayaan masing-masing masyarakat. Globalisasi membawa pengaruh yang pesat, terutama dalam sektor pangan. Sektor pangan sendiri yaitu industry food and beverage seperti makanan-makanan cepat saji dan restoran-restoran mewah yang menyajikan berbagai menu pangan lezat.

Pertumbuhan industri food and beverage sendiri sudah memiliki perkembangan yang pesat setiap tahunnya, baik itu restoran-restoran besar maupun restoran-restoran kecil seperti kedai kopi dan kedai makanan kecil. Setiap bisnis food and beverage memiliki ciri khas masing-masing yang dimiliki sehingga setiap konsumen atau masyarakat luas dapat mengingat setiap ciri khas yang dimiliki oleh masing-masing bisnis. Industri ini sendiri sudah banyak terdapat pada kawasan-kawasan kota besar maupun kota-kota kecil yang sedikit penduduknya. Masyarakat pun setiap tahunnya pasti akan mengalami perubahan dalam hidupnya baik itu pola pikirnya atau budayanya. Masyarakat akan semakin memiliki pola pikir yang semakin modern yang ingin semuanya serba cepat dan praktis yang dapat menghemat waktu sertatenaga mereka.

Mengonsumsi kopi merupakan salah satu kebiasaan masyarakat Indonesia yang sudah dilakukan sejak zaman dahulu. Indonesia sendiri merupakan produsen kopi terbesar ke-4 di dunia. Untuk posisi pertama ditempati oleh negara Brazil, lalu kedua

yaitu Vietnam, dan yang ketiga Kolombia. Produksi kopi di negaera-negara tersebut bersifat modern karena mereka menggunakan mesin untuk mengelola tanaman kopi mereka. Jawa, Sulawesi, Lampung, Aceh, dan Bali merupakan contoh dari beberapa daerah di Indonesia yang terkenal akan tempat produksi dan penanaman biji kopi. Ada beberapa specialty kopi yang berasal dari Indonesia yang sudah terkenal di pasar Internasional yaitu Kopi Gayo, Kopi Bali, Kopi Java, Kopi Flores, dan masih banyak lagi. Kopi yang pada mulanya hanya dijual dipinggir jalan dengan harga yang relatif murah dan sederhana, sekarang sudah mendunia dan telah dijual di beberapa restoran mewah serta hotel berbintang.

([https://repository.maranatha.edu/25197/3/1452009\\_Chapter1.pdf](https://repository.maranatha.edu/25197/3/1452009_Chapter1.pdf))

Kafe, kedai kopi, atau semacamnya merupakan istilah untuk sebuah pendirian yang utamanya menyajikan atau menyeduhkan secangkir kopi dan minuman hangat lainnya. Seperti pada namanya, kafe atau kedai kopi berfokus pada penyajian kopi atau minuman lainnya yang membuat konsumen merasa kenikmatan pada minuman yang disajikan oleh kafe atau kedai kopi tersebut. Kedai kopi sendiri sudah terdapat di seluruh penjuru dunia, termasuk di Indonesia sendiri. Kedai kopi asli didirikan pertama kali di negara Italia pada tahun 1645. Setelah itu, pada tren kedai kopi menyebar ke Inggris dan negara-negara lainnya pada tahun 1652. Warung kopi atau kedai kopi telah menjadi kebutuhan dan kebiasaan utama pada masyarakat modern. Kedai kopi sendiri sangat dinikmati dan digemari oleh banyak kalangan, mulai dari kalangan biasa-biasa saja sampai kalangan teratas. Kedai kopi sendiri tidak hanya menyajikan menu-menu yang menjadi andalannya saja, tetapi kedai kopi dapat memberikan kenyamanan dan suasana yang tenang untuk para konsumen. Biasanya, banyak kedai kopi yang memberikan fasilitas-fasilitas gratis yang menarik perhatian konsumen agar para konsumen bisa betah untuk berada disana. Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan biasanya berupa tv kabel, live music, serta koneksi wifi gratis bagi konsumen yang ingin menggunakan internet disertai dengan menikmati secangkir kopi atau minuman yang bisa menenangkan hati. Maka dari itu, terdapat banyak alasan mengapa banyak orang ingin mengunjungi kedai kopi, baik itu sendirian maupun

beramai-ramai bersama teman. Untuk sebagian orang, kopi merupakan salah satu cara untuk menjalankan kehidupan sosialnya. Selain itu, kopi juga bisa menjadi ciri khas dari seseorang yang ingin menjadikan kopi sebagai gaya hidup sehari-harinya. Kopi juga merupakan cara untuk menegaskan identitas dan harga diri seseorang. Oleh karena itu, banyak sekali masyarakat-masyarakat yang menyukai kopi, mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas, karena itu menunjukkan jati diri mereka sehari-harinya.

Akhir-akhir ini, tren mengonsumsi segelas kopi sudah banyak di beberapa daerah, khususnya di kota-kota besar, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, dll. Banyak sekali brand-brand coffee shop yang bermunculan dan menambah minat masyarakat Indonesia untuk mencicipinya. Cara penyajiannya pun juga sudah sangat beragam, mulai dari seduh biasa sampai seduh menggunakan alat yang canggih sehingga proses pembuatan dan penyajiannya pun dapat menarik perhatian konsumen. Ada juga penyajian secangkir kopi yang belakangan ini menjadi trend di kalangan pecinta kopi yaitu Latte Art. Latte Art sendiri diseduh dengan berbagai macam proses, serta harus dengan kelihaian serta kemahiran barista dalam membuat gambar atau bentuk yang bagus, seperti bunga, hati, nama orang, dan lain-lain.

Kopi Janji Jiwa merupakan salah satu brand coffee shop yang sedang mengalami naik daun beberapa tahun belakangan ini. Kopi Janji Jiwa memiliki semboyan “Kopi dari Hati” yang sejalan dengan visi dan misi mereka yaitu untuk memperkenalkan biji kopi khas dari Indonesia. Nama dari Kopi Janji Jiwa sendiri berasal dari kisah pemilik bisnis kopi ini yang memang memiliki passion di bidang kopi. Brand ini diluncurkan sebagai bentuk janji dari hati yang sedalam-dalamnya untuk menyeduhkan segelas kopi sebagai salah satu passionnya. Saat ini, Kopi Janji Jiwa telah memiliki lebih dari 800 cabang di 100 kota yang berbeda dan berhasil untuk menjual lebih dari 20 juta gelas kopi maupun nonkopi. (<https://www.zonaduit.com/2020/08/kopi-janji-jiwa.html>)

Kopi Janji Jiwa memiliki keunikan dan ciri khas yang melekat pada brand-nya dan yang pasti berbeda dengan brand-brand kopi yang lain. Keunikan yang dimiliki Kopi Janji Jiwa adalah pada plastik take away-nya, sedotan, serta cup coffee. Janji jiwa juga memiliki keunikan dalam hal greeting kepada para konsumen pada saat mereka masuk ke dalam outlet Kopi Janji Jiwa sehingga para pelanggan akan mengenal betul ciri khas yang dimiliki oleh brand Kopi Janji Jiwa. Selain itu, ciri khas setiap outlet Kopi Janji Jiwa juga menjadi perhatian bagi para konsumen, karena terdapat serian nomer outlet yang diawali dengan kata “Jilid” yang berbeda dengan brand-brand kopi lain yang ada di Indonesia.

#### Daftar Kolaborasi Kopi Janji Jiwa

Partner	Informasi
Muhammad Aga	Peserta Kejuaraan Dunia Barista
Kick Avenue	Marketplace sneakers Indonesia
United	Merek sepeda local Indonesia
Sasa Santan	Merek santan instan
Oreo	Merek biskuit terkenal
Milo	Merek susu terkenal
Hydro Coco	Minuman air kelapa dalam kemasan

Tabel 1. 1 Daftar Kolaborasi Janji Jiwa

Sumber: <https://www.zonaduit.com/2020/08/kopi-janji-jiwa.html>

Diatas merupakan table yang memperlihatkan daftar-daftar kolaborasi antara Kopi Janji Jiwa dengan berbagai macam brand yang terkenal. Promosi yang dilakukan oleh Janji Jiwa ini sangat manjur bagi bisnis mereka, yang menyebabkan brand Janji Jiwa terkenal pesat di kalangan masyarakat Indonesia. Selain promosi bersama brand-brand terkenal, Janji Jiwa juga memberikan potongan harga kepada daftar menu minuman yang baru launching.

Menu-menu minuman yang disajikan oleh Kopi Janji Jiwa sangat beragam. Kopi susu gula aren merupakan salah satu dari macam-macam menu minuman kopi yang disajikan oleh Kopi Janji Jiwa dan menjadi yang paling laris sertapaling diminati oleh masyarakat setempat. Minuman yang disajikan oleh Kopi Janji Jiwa menggunakan biji kopi yang langsung diambil dari petani dan sesuai dengan selera masyarakat Indonesia sehingga cocok untuk aktivitas sehari-hari.

Biji kopi dari Janji Jiwa juga memiliki kafein yang terbilang cukup kuat untuk dikonsumsi masyarakat Indonesia yang membutuhkan kafein tinggi. Selain itu, kopi susu Janji Jiwa juga menjadi minuman hits di kalangan anak muda yang ingin menjadikan jati dirinya sebagai pecinta kopi. (Ekinci et al 2008) berpendapat bahwa *Physical Quality* adalah gambaran yang ditunjukkan oleh desain, peralatan, fasilitas, dan bahan-bahan yang digunakan perusahaan. Berikut adalah gambar dari kopi susu khas Janji Jiwa.





**Gambar 1. 1 Kopi Susu Gula Aren**

**Sumber: ms-my.facebook.com**

Selain minuman-minuman yang disajikan oleh Kopi Janji Jiwa, kini hadir makanan atau side dish yang disajikan oleh Jiwa Group yaitu Jiwa Toast yang memiliki berbagai macam varian, mulai dari varian yang paling murah sampai varian yang paling mahal. Jiwa Toast merupakan merk roti toast yang disajikan oleh Janji Jiwa yang berkonsep Grab n Go, yang mempermudah para konsumen untuk mengonsumsinya dimana saja sekalipun sedang melakukan aktivitas. Segenggam roti toast yang disajikan ini sudah bisa untuk mengenyangkan perut masyarakat Indonesia.



**Gambar 1. 2 Roti Jiwa Toast**

**Sumber: qruved.com**

Dengan menyajikan berbagai menu yang dijual, Kopi Janji Jiwa berhasil menjual 100 - 250 cup per harinya. Penjualan kopi Janji Jiwa ini terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu dan bertambah besar brand tersebut. Gerai kemitraan Kopi Janji Jiwa ini dapat ditemukan di berbagai daerah dan kota di Indonesia.

No	Kedai Kopi	Harga rata-rata
1	Kopi Soe	Rp 15.000 – 28.000
2	Kopi Kenangan	Rp 15.000 – 40.000
3	Kopi Janji Jiwa	Rp 15.000 – 25.000
4	Kopi Lain Hati	Rp 12.000 – 25.000

**Tabel 1. 2 Perbandingan harga kedai kopi di Indonesia**

**Sumber: berdasarkan riset pasar (2022)**

Pada table 1.2 menunjukkan harga-harga yang dibandrol berbagai macam kedai kopi di Indonesia. Berdasarkan riset pasar diatas, Kopi Janji Jiwa termasuk kedai kopi yang menjual minumannya dengan harga yang relatif murah dibanding kedai kopi lainnya. Kopi Janji Jiwa memiliki cita rasa yang khas yang berbeda dengan minuman kedai kopi lainnya. Kopi Janji Jiwa juga merupakan salah satu kedai kopi yang laris dan digemari oleh masyarakat Indonesia dibanding dengan kedai kopi lainnya. Kopi Janji Jiwa di Surabaya didirikan pertama kali pada tahun 2018 dan sekarang sudah memiliki 43 outlet di Surabaya. Persaingan di industri kopi ini pun juga ketat sehingga Kopi Janji Jiwa harus selalu untuk berinovasi menciptakan menu-menu baru yang mengundang keinginan konsumen untuk selalu mencicipi.

Barista adalah orang yang pekerjaannya membuat minuman kopi atau espresso. Biasanya barista bekerja di kafe-kafe yang menjual minuman khusus kopi atau espresso. Barista sendiri harus memiliki berbagai macam keahlian dan keterampilan

agar minuman yang disajikan dapat dinikmati oleh konsumen. Belakangan ini, banyak sekali anak-anak muda, khususnya mahasiswa yang bekerja sebagai barista diselang waktu mereka sebagai mahasiswa. Tren anak-anak muda untuk bekerja sebagai barista pun akhirnya merambat dan ramai di kalangan masyarakat di beberapa kota yang terdapat banyak coffee shop. Sehingga coffee shop saat ini banyak dikunjungi oleh anak-anak muda, khususnya mahasiswa, menjadi tempat kumpul dan bersantai. (Ekinci et al 2008) mengatakan bahwa *Staff Behavior* adalah gambaran yang ditunjukkan oleh kemampuan, manfaat, keramahan, dan kemampuan reaksi karyawan perusahaan.



Gambar 1. 3 Perilaku Karyawan Janji Jiwa

Sumber: [dconsulting.id](http://dconsulting.id)

Ketika konsumen ingin menjadi suatu bagian dari sebuah merek dan terlibat dalam merek tersebut maka muncul identifikasi merek atau *Brand Identification*. Brand Identification menurut Kotler & Keller (2006) adalah seperangkat asosiasi merek yang unik yang diciptakan oleh para penyusun strategi merek. Asosiasi-asosiasi ini mencerminkan kedudukan suatu merek dan merupakan suatu janji kepada pelanggan dari anggota organisasi. Untuk mempertahankan usaha coffee shop agar terus maju dan berkembang di kalangan masyarakat, maka diperlukan untuk menjaga kualitas makanan, pelayanan, serta promosi produk yang akan mengacu pada kepuasan pelanggan.

Kebersihan padamakanan adalah hal yang harus dijaga dan diterapkan agar makanan tidakterkontaminasi oleh kotoran-kotoran ataupun bakteri sehingga makanan tersebut tidak membawa sakit penyakit kepada pelanggan yang mengonsumsinya. Melalui kebersihan pada makanan yang diberikan, pelanggan dapat menilai bahwa kafe yang didatanginya merupakan kafe yang bagus yang selalu menjaga kepuasan pelanggan.



**Gambar 1. 4 Identifikasi Merek Janji Jiwa**

Sumber: [entrepreneur.bisnis.com](http://entrepreneur.bisnis.com)

Pelayanan yang baik dan professional juga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan yang berkualitas wajib diberikan kepada para pelanggan karena itu merupakan suatu hal yang akan membawa perusahaan menuju jalan keberhasilan. Maka dari itu, suatu usaha dan bisnis wajib memiliki kualitas pelayanan yang baik serta professional agar dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Karena dari kepuasan yang diterima oleh para pelanggan tersebut, mereka akan memberikan review serta merekomendasikan kepada teman atau kerabatnya akan resto atau café yang ia sukai. (Philip Kotler & Kevin Lane Keller 2007) menjelaskan bahwa *Customer Satisfaction* merupakan perasaan gembira atau kecewa dari konsumen yang muncul setelah membandingkan performa suatu produk dengan apa yang diharapkannya. (<https://sampingan.co.id/post/apa-itu-customer-satisfaction>)



**Gambar 1. 5 Pelayanan baik dari Pegawai Janji Jiwa**

**Sumber: serangkab.info ; pamekasan.jatimtimes.com**

Selain itu, promosi harga produk juga diperlukan untuk meningkatkan penjualan dan memasarkan produk-produk yang dijual agar masyarakat dapat mencicipi berbagai menu yang disajikan serta menjual brand agar dapat semakindikenali oleh masyarakat luas. Pemberian kartu member yang berisi berbagai macam penawaran yang menarik serta menguntungkan bagi para konsumen yang sudah menjadi pelanggan setia juga diperlukan karena akan menambah kecintaan dan kesetiaan mereka pada sebuah merek. Review juga menjadi salah satu pengaruh akan kesuksesan sebuah brand. Karena melalui review, sebuah brand akan mengalami perkembangan dan semakin dipercaya kualitasnya oleh masyarakat. Biasanya para konsumen akan menulis sebuah ulasan melalui google, online order seperti grabfood, shopeefood, gofood, serta dari mulut ke mulut sehingga para calon konsumen yang ingin mencoba bisa melihat ulasan-ulasan yang sudah ada pada berbagai situs tersebut.



**Gambar 1. 6 Review dari Customer**

**Sumber: tripadvisor.com**

Menurut Mowen & Minor (2002), Brand Loyalty dipandang sebagai sejauh mana seorang pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tertentu, dan berniat untuk terus membelinya dimasa depan. Loyalitas konsumen adalah bentuk kesetiaan konsumen terhadap sebuah brand yang sudah ia percayai kualitasnya, produknya, dan pengalaman terhadap brand tersebut. Brand yang sudah ia percayai tersebut tidak lagi dianggap hanya sebagai objek saja melainkan karakteristik dari brand tersebut. Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan brand, brand akan menjadi simbol bagi para konsumen sebagai gaya hidup mereka sehari-hari. (<http://e-journal.uajy.ac.id/985/3/2EM17275.pdf>)



**Gambar 1. 7 Brand Loyalty Kopi Janji Jiwa**

**Sumber: [topbrand-award.com](http://topbrand-award.com)**

(Foxall et al 1998) mengatakan bahwa *lifestyle congruence* merupakan kegiatan unik seseorang menjalankan hidupnya seperti yang diungkapkan kegiatan, minat, serta pendapat yang semuanya menampilkan perbedaan di antara individu. (<http://repository.wima.ac.id/id/eprint/5735/2/BAB%201.pdf>)



**Gambar 1. 8 Keselarasan diri pelanggan dengan Kopi Janji Jiwa**

**Sumber: [Surabaya.tribunnews.com](http://Surabaya.tribunnews.com)**

## 1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan fakta-fakta yang telah ditemukan dan dijelaskan diatas menunjukkan suatu fenomena bahwa terdapat hubungan antara *Physical Quality*, *Staff Behavior*, *Brand Identification*, *Lifesytle Congruence* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pelanggan Kopi Janji Jiwa di Surabaya. Penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal, yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan Kopi Janji Jiwa di Surabaya yang telah membeli dan mengonsumsi produk Kopi Janji Jiwa lebih dari 2 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.
2. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *Physical Quality*, *Staff Behavior*, *Brand Identification*, *Lifestyle Congruence* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.
3. Perhitungan dan analisis data dari hasil kuesioner ini menggunakan metode

Faktor internal berupa pribadi yang memiliki kualifikasi laki-laki dan perempuan berusia 18-60 tahun, berdomisili di kota Surabaya dengan asumsi pengonsumsi dalam rentang usia tersebut pernah menikmati produk Kopi Janji Jiwa. Responden dipilih secara acak dari seluruh kota Surabaya.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan pokok dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *Physical Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya?
2. Apakah *Staff Behavior* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya?
3. Apakah *Brand Identification* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya?
4. Apakah *Lifestyle Congruence* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya?
5. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Dari uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Physical Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Staff Behavior* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Identification* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya.

4. Untuk mengetahui pengaruh *Lifestyle Congruence* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa - Surabaya.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini dapat mendukung teori-teori yang ada mengenai faktor *Physical Quality*, *Staff Behavior*, *Brand Identification*, *Lifestyle Congruence*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* serta bagaimana masing-masing teori yang ada saling memengaruhi antara satu dengan yang lainnya. Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti mengenai teori-teori yang telah dibahas.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah Kopi Janji Jiwa di Surabaya dapat mengetahui factor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi *Customer Satisfaction* terhadap pelanggan Kopi Janji Jiwa di Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan kepada pihak-pihak yang terkait untuk memberikan perhatian yang lebih baik bagi factor *Physical Quality*, *Staff Behavior*, *Brand Identification*, *Lifestyle Congruence*, *Customer Satisfaction* sehingga dapat mencapai *Brand Loyalty* bagi para pelanggan agar selalu mengunjungi Kopi Janji Jiwa Surabaya.

## **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 pengorganisasian penulisan.

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

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

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

Bab ini menguraikan tentang metode dan jenis penelitian, definisi operasional variable, jenis dan sumber data, target dan karakteristik populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, prosedur pengumpulan data, serta skala pengukuran dan pengolahan data.

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

Berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Kopi Janji Jiwa Surabaya; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

### **BAB V: Kesimpulan**

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