

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di Indonesia pada saat ini telah berkembang menjadi industry yang memiliki peran penting dalam perekonomian. Seperti yang kita ketahui salah satu dari industry pariwisatanya berkembang di bidang kuliner, yang dimana sebagian besar pengeluaran wisatawan untuk kuliner. Kuliner juga menjadi daya tarik yang kuat untuk mendatangkan wisatawan. Wisata budaya memberikan kontribusi 60% terhadap insdustri pariwisata tanah air. Sekitar 45% diantaranya merupakan wisata kuliner dan belanja (<https://lifestyle.okezone.com/> diunduh pada tanggal 20 Maret 2022).

Di Indonesia kopi merupakan produk unggulan di bidang perkebunan selain karet dan kelapa sawit. Kopi produksi Indonesia dinyatakan memiliki daya saing di pasar internasional. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Nalurita et al. (2014) yang menemukan bahwa kopi lawas1a memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif, dengan adanya dukungan faktor sumber daya alam, modal, tenaga kerja, kemajuan teknologi yang semakin berkembang, peran pemerintah dan kesempatan.

Minum kopi saat ini sudah menjadi gaya hidup bagi anak – anak generasi millennial dan bukan sekedar minuman penghilang rasa ngantuk. Kini untuk dapat menikmati kopi yang berkualitas tidak hanya di *coffee shop* terkenal saja, *café* penjaja minuman kopi lawas juga telah hadir dimana – mana, dari di pinggir jalan hingga ke lawasan mall. Berdasarkan pusat data dan system informasi pertanian

kementerian pertanian konsumsi kopi nasional pada tahun 2016 mencapai 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi di Indonesia sepanjang periode 2016 – 2021 diprediksi tumbuh rata – rata 8,22%/ tahun. Berikut data konsumsi kopi Indonesia diprediksi mencapai 370 ribu ton. (<https://databoks.katadata.co.id> diunduh pada tanggal 20 Maret 2022)



**Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016 hingga 2021**

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/> diunduh pada tanggal 20 Maret 2022

*Coffee shop* merupakan sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, namun utamanya menjual kopi. *Coffee shop* umumnya adalah kedai minum kopi yang tempatnya didesain semenarik mungkin dan menyediakan banyak menu kopi. Salah satu *coffee shop* yang memiliki desain yang menarik yaitu Djournal Coffee. Djournal Coffee berdiri pertama kali pada tahun 2013 di Grand Indonesia yang dimana Djournal Coffee sendiri sudah memiliki 13 outlet tersebar di Jakarta, Bandung, Surabaya dan Bali. Djournal Coffee juga memiliki gerai di

bandara Soekarno-Hatta (<https://bisnis.tempo.co/> diunduh pada tanggal 21 Maret 2022)

Djournal Coffee memiliki menu yang beragam dimana dimulai dari makanan berat hingga snack, dan menu untuk minumannya pun juga beragam dari minuman kopi dan non kopi, kopi nya sendiri memiliki berbagai macam rasa kopi dan uniknya sendiri Djournal Coffee memiliki menu kopi nusantara dan kopi yang memiliki banyak jenis cara untuk penyeduhannya (<https://www.idntimes.com/> diunduh pada tanggal 21 Maret 2022)



Gambar 1.2 Menu Djournal Coffee

Sumber : <https://pergikuliner.com/> diunduh pada tanggal 21 Maret 2022

Salah satu cabang Djournal Coffee yang berada di Pakuwon Mall sendiri memiliki konsep ruangan yang minimalis dan terbuka yang dapat membuat pelanggan nyaman dan dapat menikmati sajian kopi yang unik. Djournal Coffee sendiri juga menyediakan ruangan *non-smoking* dan *smooking room* yang dimana

dapat mengambil bagian untuk bersantai di Djournal Coffee. Djournal Coffee juga menyediakan WiFi gratis untuk para pelanggan sehingga dapat dijadikan sebagai tempat belajar maupun tempat bekerja jika memiliki suasana yang jenuh dengan biasanya (<https://pesenmakan.trenasia.com/> diunduh pada tanggal 21 Maret 2022)



**Gambar 1.3 Konsep Ruang Djournal Coffee Pakuwon Mall**  
Sumber: <https://mapsus.net/> diunduh pada tanggal 22 Maret 2022

Sebagai salah satu *coffee shop* yang ingin mempertahankan dan semakin mengembangkan usahanya ditengah ketatnya persaingan antar bisnis *coffee shop* ini, membuat Djournal Coffee perlu meningkatkan *customer loyalty* dari pelanggan Djournal Coffee. Adapun alasan pentingnya meningkatkan *customer loyalty* menurut Mardalis (2006) yang menyebutkan enam alasan pentingnya mendapatkan *customer loyalty* yaitu; yang pertama pelanggan yang lebih prospektif, biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada, pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya, biaya

operasi perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal, perusahaan dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan, yang terakhir pelanggan loyal akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan. Melalui pembelian secara terus menerus terhadap produk Djournal Coffee, hal tersebut meningkatkan customer loyalty dari Djournal Coffee sehingga Djournal Coffee mendapatkan pemasukan yang semakin meningkat dan dapat terus bertahan di dunia *coffee shop* di Surabaya.

Rizki Zulfikar (2008) mendefinisikan bahwa *customer loyalty* adalah perilaku yang mempunyai fanatisme yang relatif permanen dalam jangka panjang terhadap suatu barang/jasa pada perusahaan/toko yang menjadi pilihannya, dan tidak ingin beralih pada barang/jas ayang lain, bahkan ikut mempengaruhi pihak lain untuk ikut menggunakan barang/jasa tersebut. Adapaun bukti bahwa Djournal Coffee telah memiliki customer loyalty yaitu Djournal Coffee telah memiliki 3 outlet di Surabaya yang berlokasi di 3 mall besar di Surabaya yaitu Pakuwon Mall, Tunjungan Plaza, dan Galaxy Mall.

Menurut Kotler (2009) *customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Adapun bukti bahwa Djournal Coffee telah memiliki *customer satisfaction* dapat dilihat dari gambar 1.4 yaitu *rating* Djournal Coffee yang menandakan pelanggan puas terhadap Djournal Coffee dengan nilai *rating* sebesar 4.8/5.



## Djournal Coffee - Pakuwon Mall Surabaya by ISMAYA

Coffee, #Hampers



**Gambar 1.4** Bukti dari customer satisfaction Djournal Coffee

Sumber: Grab Food Djournal Coffee Pakuwon Mall, diunduh pada tanggal 20 April 2022

*Service quality* menurut Tjiptono (2014) merupakan kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan dan bagaimana perusahaan memiliki kemampuan untuk memenuhi harapan tersebut. Adapun bukti bahwa Djournal Coffee telah memiliki *service quality* yang baik dapat dilihat pada gambar 1.5 dimana dapat dilihat dari penilaian pelanggan bahwa Djournal Coffee memiliki layanan yang baik seperti keramahan pelayan terhadap pelanggan yang mendapat nilai *rating* 4.4/5.



**Gambar 1.5** Bukti dari *service quality* Djournal Coffee Pakuwon Mall  
 Sumber: [www.pergikuliner.com](http://www.pergikuliner.com), diunduh pada tanggal 20 April 2022

Menurut Levy and Weitz (2012) *atmosphere* mengacu pada desain lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk mensimulasikan respon persepsi dan emosi pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian. Adapun bukti bahwa Djournal Coffee telah memiliki *atmosphere* yang dapat dilihat pada gambar 1.6 dimana Djournal Coffee memiliki outlet dengan suasana yang nyaman dan menyenangkan hati.



**Gambar 1.6** Bukti dari *atmosphere* Djournal Coffee Pakuwon Mall  
 Sumber: Instagram Djournal, diunduh pada tanggal 20 April 2022

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015) *price* adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk barang atau layanan, atau nilai pelanggan yang dipertukarkan untuk keuntungan atau kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan. Djournal Coffee menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Adapun bukti bahwa Djournal Coffee memiliki nilai harga yang sesuai bagi para pelanggan dapat dilihat pada gambar 1.7 yaitu rating penilaian dari pelanggan terhadap harga yang ditawarkan oleh Djournal Coffee.



**Gambar 1.7** Bukti dari *price* Djournal Coffee Pakuwon Mall  
 Sumber: [www.pergikuliner.com](http://www.pergikuliner.com), diunduh pada tanggal 20 April 2022

## 1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *Service Quality, Store Atmosphere, Price Fairness, Satisfaction, Loyalty*
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuisioner kepada objek yang diteliti
3. Adapun karakteristik responden yang diteliti adalah sebagai berikut:



- a. Responden wanita dan pria
- b. Berusia 18-60 tahun masa dewasa dini (Kotler dan Amstrong, 2009)
- c. Bertempat tinggal di Surabaya
- d. Pernah membeli dan mengkonsumsi (dine-in) di Djournal Coffee lebih dari dua kali dalam enam bulan terakhir

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Service Quality* terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Djournal Coffee di Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Store Atmosphere* terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Djournal Coffee di Surabaya?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Price Fairness* terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Djournal Coffee di Surabaya?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Satisfaction* terhadap *Loyalty* pada pelanggan Djournal Coffee di Surabaya?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Service Quality* terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Djournal Coffee di Surabaya.

2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Store Atmosphere* terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Djournal Coffee di Surabaya.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Price Fairness* terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Djournal Coffee di Surabaya.
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Satisfaction* terhadap *Loyalty* pada pelanggan Djournal Coffee di Surabaya.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan penjelasan sebagai berikut:

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini dapat mendukung teori – teori yang telah ada
2. Penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain
3. Penelitian ini dapat berguna sebagai referensi bagi peneliti lain
4. Penelitian ini dapat berguna sebagai sumber referensi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat penelitian sejenis

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Memperluas wawasan penulis
2. Djournal Coffee dapat mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi *loyalty* kepada pelanggan Djournal Coffee

3. Djournal Coffee di Surabaya dapat mengetahui pengaruh *satisfaction* terhadap *loyalty* kepada pelanggan Djournal Coffee, sehingga informasi ini dapat digunakan oleh Djournal Coffee untuk menarik pelanggan

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Guna memudahkan pembahasan, penulisan penelitian ini disusun secara sistematis ke dalam beberapa bab berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini dimulai dengan menjelaskan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ditutup oleh sistematika penelitian.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini menjelaskan mengenai teori – teori literature atau jurnal yang digunakan sebagai landasan teori, penelitian sejenis terdahulu, serta pembentukan hipotesis yang akan digunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis, memberikan kesimpulan, implikasi dan rekomendasi.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan metodologi penelitian yang meliputi jenis penelitian, populasi dalam penelitian, sampel dan tekknik pembambilan sampel, definisi operasional dan oengukuran variabel penelitian, instrument penelitian, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

#### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum mengenai obyek penelitian, gambaran umum mengenai karakteristik responden, hasil analisis data yang meliputi tanggapan responden, analisis deskriptif variabel, pengujian kualitas data, analisis SEM, dan hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan.

#### **BAB V: KESIMPULAN**

Bab ini menjelaskan mengenai simpulan penelitian yang terdiri dari simpulan atas hipotesis dan simpulan atas masalah penelitian, implikasi yang terdiri dari implikasi teoritis dan implikasi manajerial, serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

