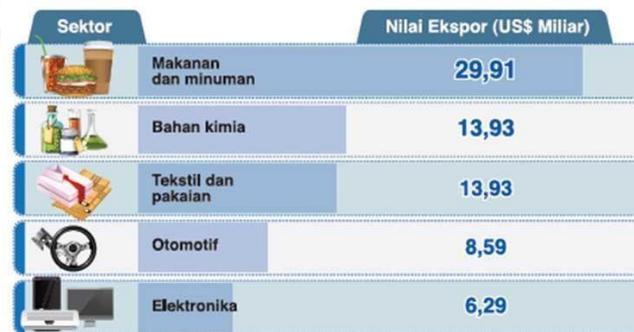


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia terdapat banyak sekali bisnis yang terus berkembang. Salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia yaitu bisnis di bidang *food and beverage*. Gambar 1.1 membuktikan bahwa bisnis *food and beverage* paling berkembang dibanding bisnis lainnya. Contoh bukti nyata dari perkembangan bisnis kuliner ini yaitu semakin banyak kreasi makanan serta minuman yang bisa kita lihat dan temukan di sekeliling kita.

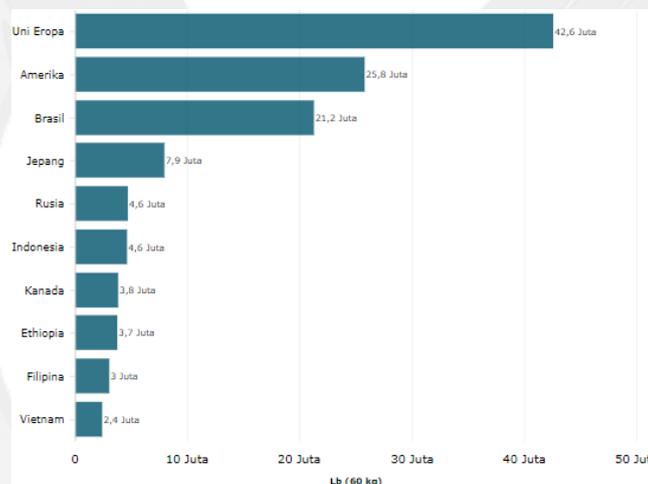


**Gambar 1. 1 Perkembangan di Berbagai Industri**

Sumber: <http://www.m.mediaindonesia.com> (diunduh pada 21 Februari 2022)

Hal ini bisa terjadi dikarenakan pola hidup masyarakat Indonesia yang suka makan makanan ringan atau membeli minuman ketika bekerja ataupun berkumpul dengan teman dan keluarga. Apalagi pada zaman sekarang memesan makanan dan minuman bisa dilakukan dengan sangat mudah karena didukung oleh perkembangan teknologi. Gaya hidup masyarakat tersebut sangat menjanjikan sehingga membuat banyak orang mulai membuka bisnis di bidang *food and beverage*. (cnnindonesia.com, diunduh pada tanggal 21 Februari 2022).

Salah satu bisnis di bidang *food and beverage* yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah minuman berbahan dasar kopi. Kopi memiliki banyak manfaat kesehatan untuk tubuh kita jika kita mengkonsumsinya tidak berlebihan. Salah satu manfaat kopi adalah meningkatkan suasana hati. Hal itu bisa terjadi karena khasiat kafein dalam kopi yang berfungsi untuk meningkatkan *mood* atau suasana hati. Manfaat inilah yang menjadi salah satu pendorong terkuat mengapa kopi sangat disegani oleh banyak orang khususnya anak muda (kompas.com, diunduh pada tanggal 21 Februari 2022).

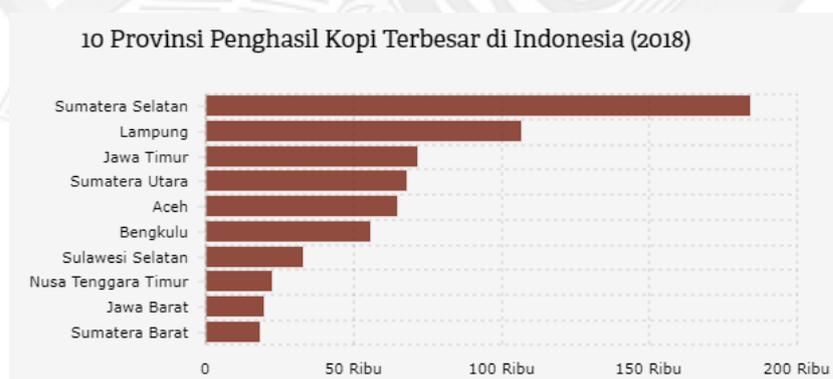


**Gambar 1. 2 Grafik Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar Dunia**  
 Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> (diunduh pada 21 Februari 2022)

Gambar 1.2 merupakan data dari *International Coffee Organization (ICO)* yang menyatakan bahwa Indonesia adalah salah satu negara dengan konsumen kopi terbesar di dunia. Pada tahun 2016/2017 Indonesia mengonsumsi kopi mencapai 4,6 juta kemasan 60 kg/lb (60 kg) di bawah negara Rusia. Pada tahun 2018 hingga 2019, Indonesia menggapai jumlah konsumsi kopi sebesar 288 ribu kilogram dan lima tahun terakhir tren mengonsumsi kopi di Indonesia terus meningkat menurut Data *International Coffee Organization*

(ICO). Hal ini tentu bisa terjadi dikarenakan minuman kopi ini adalah minuman yang paling disukai dan populer di kalangan anak muda, usia pekerja, dan lansia. kopi juga biasa dikonsumsi oleh banyak orang pada pagi hari sebelum beraktivitas, siang hari ketika bekerja, dan malam hari ketika kerja lembur atau ketika berkumpul bersama teman dan keluarga (databoks.katadata.co.id ,diunduh pada tanggal 21 Februari 2022).

Selain menjadi salah satu negara dengan konsumsi kopi terbanyak di dunia, Indonesia juga merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Indonesia punya beberapa daerah penghasil kopi terbaik yang bisa kita lihat pada gambar 1.3, contohnya ada Provinsi Sumatra Selatan, Aceh, Lampung, Bengkulu, Toraja, dan masih banyak lagi. Tentunya wilayah-wilayah tersebut pasti menghasilkan kopi yang populer di dunia seperti kopi Robusta Temanggung, kopi Arabika Toraja, kopi Liberika, dan lain-lain. Pada tahun 2019 hingga 2020 Indonesia memproduksi kopi hingga 660 ribu ton (liputan6.com diunduh pada 21 Februari 2022).



**Gambar 1. 3 Grafik Provinsi Penghasil Kopi Terbesar di Indonesia**  
 Sumber : <http://www.intandaswan.com> (diunduh pada 21 Februari 2022)

Karena terus meningkatnya konsumen kopi dan meningkatnya pecinta kopi di negara Indonesia, hal itu membuat banyak sekali *coffeshop* bermunculan. *Coffeshop* sendiri berarti sebuah tempat yang menjual minuman dengan bahan dasar utama kopi. Selain kopi, biasanya *coffeshop* juga menjual makanan ringan. Kualitas dan rasa kopi adalah fokus utama dari *Coffeshop* (mhcoffee.co.id, diunduh pada 21 Februari 2022).



**Gambar 1. 4 Gambar Kedai Kopi**

Sumber : <http://www.pixabay.com> (diunduh pada 21 Februari 2022)

*Coffeshop* biasanya memiliki luas tempat yang lebih kecil dibanding restoran. Seperti yang terlihat pada 1.4 *coffeshop* di design menarik dan bagus yang mana hal tersebut bertujuan untuk menarik pelanggan khususnya anak muda untuk datang ke *coffeshop* tersebut. Tempat *coffeshop* ini digunakan untuk duduk dan berbincang bincang atau yang kita kenal dengan istilah *nongkrong*. *Coffeshop* memfokuskan produk utamanya yaitu kopi yang sudah seharusnya memiliki kualitas lebih unggul dibanding kopi di restoran ataupun kafe (mhcoffee.co.id, diunduh pada 21 Februari 2022).



**Gambar 1. 5 Logo Kopi Kenangan**

Sumber : <http://www.awards.brandingforum.org> (diunduh pada 21 Februari 2022)

Gambar 1.5 menunjukkan salah satu *coffeshop* yang terkenal di Indonesia yaitu Kopi Kenangan. Kopi kenangan adalah perusahaan yang bergerak dan fokus di bidang kopi. Kopi kenangan menjadi adalah salah satu perusahaan yang ikut meramaikan pasar kopi kekinian di Indonesia. Pendiri dari Kopi kenangan yaitu Edward Tirtanta, James Prananto dan Cynthia Chaerunnisa. Kopi kenangan sudah berdiri sejak tahun 2017 hingga sekarang ini. Kopi kenangan membuka kedai pertamanya di daerah Kuningan. Kopi kenangan ini awalnya berhasil menjual 700 gelas kopi di hari pertamanya dan pada tahun 2019, Kopi Kenangan berhasil membuka lebih dari 230 kedai di seluruh Indonesia. Tabel 1.1 menunjukkan bahwa brand Kopi Kenangan berada diposisi teratas menjadi produk yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia mengalahkan Kopi Jani Jiwa, Kulo dan Fore.

Brand	TBI 2020	
Kenangan	39.9%	TOP
Janji Jiwa	29.8%	TOP
Kulo	13.6%	TOP
Fore	5.1%	

**Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori Kedai Kopi**

Sumber : <http://www.topbrand-award.com> (diunduh pada 21 Februari 2022)



**Gambar 1. 6 Gambar Gerai Kedai Kopi Kenangan**

Sumber : <http://www.arsitag.com> (diunduh pada 21 Februari 2022)

Gambar 1.6 menunjukkan salah satu gerai Kopi Kenangan. Kopi kenangan telah berhasil menjadi *startup unicorn*. *Unicorn* merupakan gelar yang didapatkan oleh perusahaan / *startup* yang punya valuasi mencapai 14 triliun rupiah / 1 miliar dollar AS. Kopi kenangan telah memecahkan rekor menjadi satu satunya bisnis *retail* di bidang *food and beverage* yang mendapatkan gelar *unicorn*. Gelar ini di dapat setelah Kopi Kenangan mendapatkan investasi sebesar 1,3 triliun rupiah untuk menutup putaran pertama pendanaan seri C. ([prsoloraya.pikiran-rakyat.com](http://prsoloraya.pikiran-rakyat.com), diunduh pada 21 Februari 2022).



**Gambar 1. 7 Produk Kopi Kenangan**

Sumber : <http://www.facetofeet.com> (diunduh pada 21 Februari 2022)

Kualitas produk adalah kemampuan produk menunjukkan fungsinya yang terdiri dari durabilitas, kemudahan, dan ketepatan. (Kotler dan Amstrong dalam Arifin, 2012). Jadi kualitas produk merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Seperti gambar 1.7, Produk yang dijual oleh Kopi Kenangan adalah produk dengan kualitas yang baik. Memiliki penampilan yang menarik, varian rasa yang beragam, dan kualitas rasa yang enak.

**Gambar 1. 8 Layanan Kopi Kenangan**

Sumber : <http://www.ekbis.sindonews.com> (diunduh pada 21 Februari 2022)



Kotler (2019) menyatakan bahwa *Service quality* atau kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian oleh konsumen terhadap harapan dan tingkat pelayanan yang di terima konsumen. Gambar 1.8 menunjukkan pelayanan yang diberikan Kopi Kenangan. Terlihat dari cara pelayan kopi kenangan melayani konsumen dengan baik, ramah, sopan, dan mengutamakan kebersihan.



**Gambar 1. 9 Lingkungan dari Kopi Kenangan**

Sumber : <http://www.arsitag.com> (diunduh pada 21 Februari 2022)

Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin (2010) menyatakan bahwa kualitas lingkungan atau *environment quality* adalah faktor yang sangat penting dalam melakukan kegiatan bisnis. Gambar 1.9 memperlihatkan lingkungan yang bagus dan juga menarik dari salah satu kedai Kopi Kenangan. Kopi Kenangan memiliki lingkungan yang bersih, bagus, dan juga nyaman.



**Gambar 1. 10 Variasi Produk Kopi Kenangan**

Sumber : <http://www.facetofeet.com> (diunduh pada 21 Februari 2022)

Buchari Alma (2014) menyatakan bahwa *product assortment* atau keragaman produk merupakan kumpulan dari seluruh produk dan barang yang akan ditawarkan kepada konsumen. Seperti yang bisa kita lihat di gambar 1.10 menunjukkan bahwa Kopi Kenangan memiliki varian produk yang bermacam macam.

Menurut Rangkuti dalam Yuliyana (2021) menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan merupakan proses evaluasi pasca pembelian, Ketika produk sesuai harapan atau melebihi harapan konsumen. Loyalitas pelanggan adalah janji atau komitmen dari seseorang yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali dan melakukan pembelian ulang produk ataupun jasa terpilih secara terus menerus dimasa mendatang (Akhter dalam Krisyana, 2022).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, Kopi Kenangan merupakan bisnis *food and beverage* pertama dan masih satu satunya yang menjadi *startup unicorn*. Kopi Kenangan memiliki semua variabel dari model yang akan kami teliti. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui faktor *product quality*, *service quality*, *environment quality* dan *product assortment* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada kedai Kopi Kenangan Surabaya

## 1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *product quality*, *service quality*, *environment quality* dan *product assortment* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada kedai Kopi Kenangan Surabaya. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengumpulkan data dan juga informasi pada konsumen dengan berjenis kelamin pria dan wanita yang berdomisili di Surabaya berusia 16 hingga 55 tahun yang pernah dan sering beli produk dari Kopi Kenangan.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka penulis menggunakan rumusan masalah pada konsumen Kopi Kenangan Surabaya sebagai berikut:

1) Apakah *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya?

- 2) Apakah *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya?
- 3) Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya?
- 4) Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya?
- 5) Apakah *environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya?
- 6) Apakah *environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya?
- 7) Apakah *product assortment* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya?
- 8) Apakah *product assortment* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya?
- 9) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meneliti *customer satisfaction* dan *customer loyalty* Kopi Kenangan yang ada di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Meneliti dan menganalisa pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya.
- 2) Meneliti dan menganalisa pengaruh *product quality* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya.
- 3) Meneliti dan menganalisa pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya.
- 4) Meneliti dan menganalisa pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya.
- 5) Meneliti dan menganalisa pengaruh *environment quality* terhadap *customer satisfaction* pada Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya.
- 6) Meneliti dan menganalisa pengaruh *environment quality* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya.
- 7) Meneliti dan menganalisa pengaruh *product assortment* terhadap *customer satisfaction* pada Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya.
- 8) Meneliti dan menganalisa pengaruh *product assortment* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya.
- 9) Meneliti dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis.

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini membuktikan bahwa adanya hubungan antara variabel bebas. (*product quality, service quality, environment quality, dan product assortment*) dan variabel terkait (*customer satisfaction dan customer loyalty*). Manfaat lainnya yaitu agar penelitian ini bisa menjadi informasi pengetahuan sehingga bisa berguna bagi pembaca ataupun penelitian di masa mendatang.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penulis berharap agar penelitian ini bisa menjadi manfaat bagi pihak kedai Kopi Kenangan di Galaxy Mall Surabaya untuk meningkatkan ataupun mempertahankan *product quality, service quality, environment quality, dan product assortment* untuk menciptakan *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Demi membantu pembaca dalam urutan pembahasan, maka penelitian ini disusun secara sistematika seperti 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**

Pada bab yang kedua ini, penulis menjelaskan mengenai teori-teori literatur 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: METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan metodologi penelitian yang meliputi jenis penelitian, populasi dalam penelitian, sampel dan teknik pengambilan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

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

Bab ini berisi analisis data yang meliputi statistik deskriptif, karakteristik, responden, tanggapan responden, pengujian data, analisis data, dan pembahasan mengenai hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data.

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

Pada bagian yang terakhir, dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, implikasi atau saran, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

