

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Ekonomi Indonesia menjadi salah satu yang terbesar di Asia Tenggara dan salah satu ekonomi dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Di tengah maraknya gejolak perekonomian global yang belum mereda, Ekonomi Indonesia terus bertahan dan menjadi salah satu prospek yang baik. Dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2023 menunjukkan ketahanan yang kuat pada kisaran 4,5% sampai dengan 5,3% dan diprediksi akan terus meningkat menjadi 4,7% sampai dengan 5,5% pada tahun 2024 yang didukung oleh konsumsi swasta, investasi, dan kinerja ekspor yang terus positif di tengah pertumbuhan ekonomi global yang melambat. Sinergi serta inovasi menjadi salah satu kunci dari prospek kinerja ekonomi negara kita di tahun 2023 dan tahun 2024 yang akan terus meningkatkan ketahanan ekonomi di Indonesia. Indonesia dapat melewati pemulihan ekonomi di tengah ancaman resesi global, APBN menjadi salah satu perantara yang penting dan dapat diandalkan untuk menjaga negara Indonesia dari ancaman ancaman yang ada seperti pandemi, harga minyak yang melambung tinggi, harga pangan yang terus naik, dan masih banyak lagi beberapa faktor lain yang dapat mendukung pemulihan ekonomi di negara kita Indonesia. (<https://srimulyani.okezoneeconomy> diunduh pada tanggal 23 Januari 2023).

Industri makanan dan minuman merupakan kontributor signifikan bagi perekonomian Indonesia karena menyumbang sebagian besar produk domestik bruto (PDB) Indonesia dan menyediakan kesempatan kerja bagi banyak orang.

Secara keseluruhan industri makanan dan minuman merupakan komponen vital bagi perekonomian negara, menyediakan kesempatan kerja, dan berkontribusi pada PDB negara. Dengan dukungan dan upaya berkelanjutan dari pemerintah untuk meningkatkan keamanan dan kualitas pangan, industri ini diharapkan dapat terus tumbuh dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi di Indonesia. (<https://databoks.katadata.co.id> diunduh pada tanggal 17 februari 2023).

Dengan munculnya wabah covid-19 pada tahun 2020 mengakibatkan banyak kegiatan manufaktur mengalami perubahan baik dari segi trend, taktik perusahaan, hingga perilaku konsumen. Terlebih khusus dalam industri makanan dan minuman salah satunya kedai kopi. Di Indonesia terjadi keguncangan di berbagai perusahaan manufaktur namun sektor makanan dan minuman terus bertahan walaupun banyak memunggut biaya, seperti biaya produksi dan gaji karyawan. Ditengah maraknya industri yang mengalami kegagalan karena dihadang oleh wabah covid-19, sektor makanan dan minuman malah meningkat mencapai 3,68% pada tahun 2022 dan bertumbuh sebesar 2,95% dibandingkan tahun 2021 sehingga menjadi yang terbesar dibandingkan industri lainnya (<https://validnewsid.co.id> diunduh pada tanggal 23 Januari 2023).



**Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman**

Sumber : <https://dataindustri.com> diunduh pada tanggal 27 Januari 2023

Gambar 1.1 menunjukkan data pertumbuhan industri makanan dan minuman dari tahun 2010-2022, di sepanjang tahun 2022 industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 4,67%. Walaupun menunjukkan hasil yang positif dan cenderung lebih baik daripada sektor lainnya, namun pertumbuhan industri makanan dan minuman di tahun 2022 dikategorikan lebih kecil daripada tahun sebelumnya. (<https://dataindustri.com> diunduh pada tanggal 27 Januari 2023).

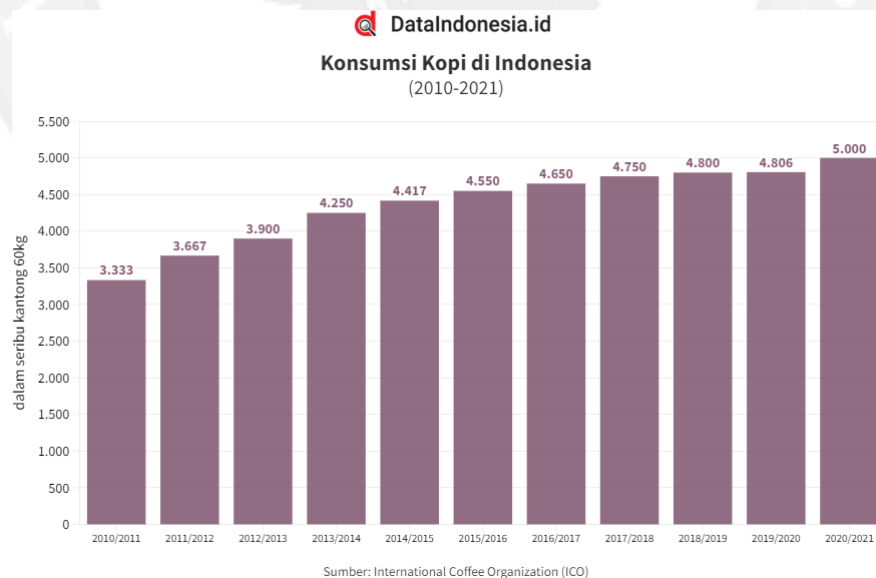
Merupakan hal yang sangat wajar apabila industri makanan dan minuman yang tetap bertahan dan tidak jatuh di era gempuran wabah yang melanda di Indonesia, karena makanan dan minuman menjadi salah satu hal yang penting yaitu sebagai kebutuhan pokok bagi umat manusia. Di masa peralihan usai pandemi covid-19 seperti ini, masyarakat Indonesia tentu saja lebih memperhatikan kesehatan tubuh jasmani dan kondisi fisik mereka. Dengan begitu, industri makanan dan minuman menjadi salah satu aspek krusial untuk bertahan dan dipastikan terus bertumbuh setiap tahunnya, dan tidak lepas juga dari pertumbuhan dan perkembangan jaringan bisnis di Indonesia seperti kedai kopi. Semakin berlimpahnya kebutuhan manusia, semakin banyak pula tuntutan yang terjadi karena adanya perubahan dari gaya hidup. Budaya meminum kopi ini memang sudah ada sejak lama dan turun menurun sampai sekarang, hanya saja di zaman ini budaya minum kopi menjadi sebuah tren untuk “Nongkrong” yang dimana mereka dapat menyantap kopi sambil berkumpul dan berkomunikasi dengan teman sebaya entah itu di restaurant, hotel, mall, ataupun kedai kopi pada umumnya. Pada

mulanya, Kopi hanya diperjualbelikan disekitar jalan raya di warung-warung kecil dengan tampilan yang sederhana namun seiring berjalannya waktu, kopi sudah dijual di dalam mall, restaurant, hotel, dan kedai kopi dengan tampilan yang lebih mewah, menarik, dan memanjakan mata. Maka dari itu, dengan banyaknya minat konsumsi kopi di Indonesia mengakibatkan maraknya kedai kopi yang bermunculan. (<https://toffininsight.com> diunduh pada tanggal 28 Januari 2023).

Kopi adalah minuman populer yang terbuat dari biji kopi panggang, yang merupakan biji dari tanaman *coffea*. Bukti paling awal yang diketahui tentang minum kopi berasal dari abad ke-15 di biara-biara Sufi Yaman, di mana kopi digunakan untuk membantu tetap terjaga selama devosi malam hari. Popularitas kopi terus tumbuh, dan pada abad ke-18, kopi telah menjadi salah satu komoditas terpenting di dunia. Saat ini, kopi adalah salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi di dunia, dengan jutaan orang menikmatinya setiap hari. Industri kopi memperkerjakan jutaan orang di seluruh dunia, dan telah menjadi bagian penting dari ekonomi global. Disamping rasanya yang enak dan memikat hati, kopi juga bermanfaat untuk menurunkan risiko terkena penyakit kanker, diabetes, dan berbagai penyakit jantung. (<https://www.kompas.com> diunduh pada tanggal 14 februari 2023).

Dalam beberapa tahun belakangan ini kedai kopi mulai berkembang dengan sangat cepat di Indonesia, dan menawarkan produknya dengan berbagai inovasi, mulai dari harga yang bernilai belasan ribu rupiah hingga ratusan ribu rupiah. Kopi dari negara kita Indonesia memang memiliki daya saing di kancah Internasional karena merupakan salah satu produk unggulan di bidang perkebunan selain karet

dan kelapa sawit. Negara Indonesia menjadi pilihan negara penghasil biji kopi terbesar di dunia karena telah memproduksi lebih dari 400 ribu ton kopi per tahunnya, bukan hanya itu saja Indonesia juga melakukan ekspor kopi kepada beberapa negara seperti Amerika Serikat, Spanyol, Malaysia, dan Jepang. Pesona Indonesia sebagai negara berkepulauan tentu saja memiliki rasa kopi yang beraneka ragam jenis dengan rasa yang berkualitas contohnya kopi robusta dari Lampung, kopi sidikalang dari Sumatera Utara, kopi Gayo dari Aceh, kopi Java, dan kopi mandailing, serta kopi luwak yang telah terkenal diberbagai manca negara. Seiring dengan perkembangan zaman di dunia, penikmat kopi terus menerus berkembang salah satunya di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan khususnya di kalangan remaja, banyak orang yang tadinya tidak menyukai kopi namun mulai ikut mencoba meminum kopi. (<https://bisnis.com,tahun2022>. Diunduh pada tanggal 28 januari 2023).



**Gambar 1. 2 Data Konsumsi Kopi Di Indonesia**

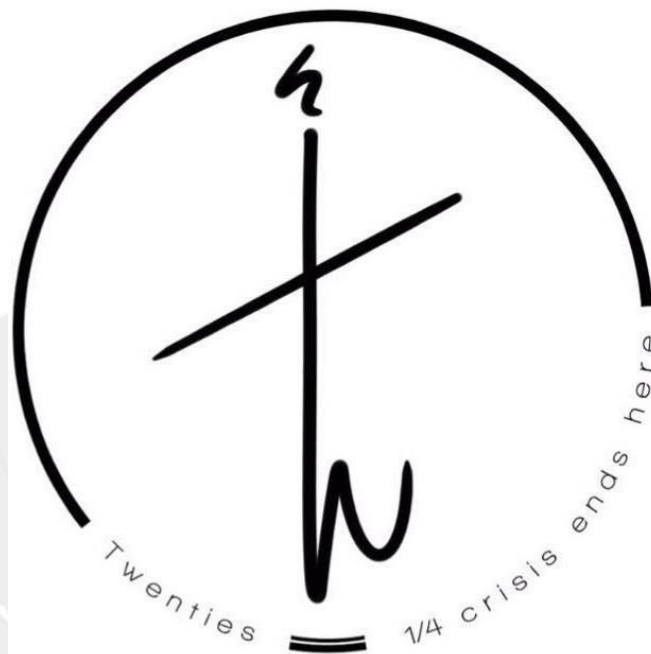
Sumber : <https://dataindonesia.id> diunduh pada tanggal 28 januari 2023

Gambar 1.2 merupakan data dari International Coffee Organization (ICO), yang menjelaskan bahwa konsumsi kopi di Indonesia mencapai rekor terbesar ke-5 di dunia. Banyaknya pengonsumsi kopi, mengakibatkan begitu maraknya kedai kopi local maupun internasional yang ada di negara kita Indonesia, dan menyebabkan pilihan bagi para konsumen untuk memilih kedai kopi yang akan dituju semakin beragam.

Munculnya kedai kopi di era modern saat ini dapat dikaitkan dengan beberapa faktor, termasuk perubahan budaya, kemajuan teknologi, dan pergeseran preferensi konsumen. Salah satu pendorong utama munculnya kedai kopi adalah pergeseran budaya ke arah gaya hidup yang lebih santai. Kedai kopi cenderung menyediakan ruang yang nyaman dan mengundang banyak orang untuk berkumpul dan bersosialisasi bekerja, atau sekedar menikmati secangkir kopi di lingkungan yang ramah. Faktor lain yang berkontribusi terhadap pertumbuhan kedai kopi adalah meningkatnya kecanggihan budaya kopi. Pengonsumsi kopi menjadi lebih cerdas dalam selera mereka dan mencari kopi artisanal berkualitas tinggi yang disajikan dengan menarik. Banyak kedai kopi sekarang menawarkan Wi-Fi gratis dan lingkungan kerja yang nyaman, menjadikannya tujuan ideal bagi para pekerja lepas, pengusaha, dan pekerja jarak jauh yang membutuhkan tempat untuk bekerja dan berjejaring, tidak itu saja kedai kopi cenderung menciptakan suasana nyaman dengan design interior menarik dan menyajikan fasilitas live music yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen. (<https://kumparan.com> diunduh pada tanggal 29 Januari 2023).

Manado adalah ibu kota provinsi Sulawesi utara yang dikenal dengan warisan budaya yang kaya, pantai yang indah, dan pemandangan alam yang menakjubkan. Salah satu fitur penting kota Manado adalah budaya kopinya, dengan banyak kedai kopi yang tersebar di seluruh kota maupun pelosok desa. Munculnya kedai kopi di Manado, khususnya pada tahun 2020-an karena adanya peningkatan budaya meminum kopi serta pertumbuhan kelas menengah. Seiring budaya kopi di Manado yang terus berkembang, semakin banyak kedai kopi mulai dibuka, masing-masing dengan karakter dan pesonanya yang unik. Saat ini, kedai kopi adalah fitur kehidupan di mana-mana di Manado, dengan penduduk local dan turis berbondong-bondong datang untuk menyantap kopi yang lezat, suasana yang nyaman dan ramah. Kedai kopi yang menawarkan design unik dan eye-catching serta menyajikan kopi special telah menjadi tujuan populer bagi anak muda dan para wisatawan. (<https://manadopost.jawapos.com> diunduh pada tanggal 29 Januari 2023).

Dewasa ini di kota Manado ada begitu banyak kedai kopi yang berdiri tetapi tidak semua ramai dikunjungi oleh konsumen, hanya beberapa kedai kopi saja yang terlihat banyak dikunjungi oleh konsumen karena memiliki inovasi dalam pembuatan dan penyajian kopi sehingga menarik konsumen untuk mencoba produk dari kedai kopi mereka salah satunya yang ramai dikunjungi ialah Kedai Twenties. Kedai Twenties didirikan pada pertengahan tahun 2021 dengan konsep café yang menjual bermacam-macam jenis kopi, snacks, makanan serta minuman non coffee yang menjadi salah satu pilihan favorite semua kalangan di Manado.



**Gambar 1. 3 Logo Kedai Twenties**

Sumber : <https://facebook.com> diunduh pada tanggal 30 Januari 2023

Gambar 1.3 diatas menunjukkan bentuk logo dari Kedai Twenties manado. Kedai twenties mulai mendapatkan momentum mereka di pertengahan tahun 2021 karena seiring dengan menjamurnya kedai kopi di kota Manado. Kemerarikan dari Kedai twenties yaitu Susana kafe dan kualitas dari prodk mereka. Twenties menggunakan material premium dan menggunakan tema modern minimalis dengan perpaduan warna putih coklat yang memanjakan mata konsumen. Selain itu konsep working café juga dihadirkan mengikuti era milenial di jaman ini serta memberikan konsep instagramable untuk menarik perhatian pelanggan. (<https://iogi2018mariotitah.ok.pdf> diunduh pada tanggal 30 Januari 2023).

Dengan merajalela usaha bisnis yang sejenis maka mengakibatkan persaingan antar satu kedai dengan yang lain semakin meningkat. Begitu banyak pesaing dari Kedai Twenties yang juga ramai dikunjungi antara lain Black cup,



expect café, kedai sedjak 2019 dan lain sebagainya untuk itu Kedai twenties berusaha semaksimal mungkin agar mampu mempelajari serta cepat tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha ini dapat terus berkembang karena dalam membangun suatu bisnis para pelaku usaha harus selalu memperhatikan dan memahami *what is customer wants and needs*. Dengan begitu akan dengan mudah konsumen memberi masukan penting bagi bisnis untuk merancang kembali strategi pemasarannya.

	Kedai Twenties	Expecto café
Menu	Menawarkan banyak jenis minuman kopi maupun non kopi, Snacks, Makanan berat	Menawarkan berbagai jenis kopi
Harga	Harga sedikit lebih tinggi dari rata-rata	Harga normal sebanding dengan kedai kopi lainnya
Target Market	Seluruh kalangan	Seluruh kalangan
Program	Menawarkan program hadiah dan diskon untuk pelanggan	Tidak ada program
Social Media	Aktif di Instagram dengan jumlah pengikut yang banyak	Aktif di Instagram dengan jumlah pengikut yang cenderung sedikit
Atmosfer	Artsy, Bright, Modern, Trendy	Modern

**Tabel 1.1 Kedai Kopi di Manado**

Sumber : data diolah

Dapat dilihat dari table diatas bahwa Kedai twenties cenderung lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Kedai twenties menyajikan kopi yang berkualitas agar bisa menjadi daya tarik sendiri bagi penikmat kopi, menampilkan suasana yang nyaman karena itu menjadi alasan utama mengapa konsumen memilih untuk berkunjung, menawarkan variasi menu dengan berbagai pilihan unik, serta memberikan range harga yang sesuai dengan kualitas produk mereka. Pada saat konsumen mengunjungi Kedai Twenties, konsumen tidak hanya mencari produk yang Kedai twenties tawarkan melainkan juga akan menilai seperti apa kualitas

pelayanan yang diberikan oleh Kedai twenties. Layanan pelanggan yang baik dapat menjadi faktor penentu bagi pelanggan. Jika kedai twenties memiliki staf yang ramah dan penuh perhatian maka akan membuat pelanggan merasa diterima dan dihargai, sehingga itu bisa menjadi alasan pelanggan untuk kembali ke kedai twenties. (<https://www.cermati.com> diunduh pada tanggal 30 Januari 2023).

Demi mempertahankan usaha Kedai twenties agar tetap berkembang dan terus bertahan maka perlu adanya peningkatan dalam *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, dan *Cost* yang akan memicu kepada *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*. Langkah yang harus dilakukan ialah dengan membuat survey yang berkaitan dengan penilaian konsumen dengan tujuan untuk mengetahui tolak ukur konsumen terhadap tingkat kepuasan (*satisfaction*). Apakah cenderung tidak puas atau sebaliknya sangat puas. Kemudian mengukur seberapa besar pengaruh aspek-aspek tersebut terhadap *Customer Loyalty* dari pelanggan Kedai Twenties di Manado.

*Customer Loyalty* menurut Tjiptono (2014) adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek diikuti dengan sikap atau perilaku pelanggan yang sangat positif dalam melakukan pembelian kembali yang konsisten terus menerus. Dan menurut Lovelock et al. (2016) *Customer Loyalty* yakni kesanggupan pelanggan agar senantiasa memakai produk yang ditawarkan oleh perusahaan dalam jangka waktu lama, serta digunakan secara eksklusif dan merekomendasikan produk dari perusahaan ke orang terdekat baik itu teman atau rekannya.



**Gambar 1. 4 Customer Loyalty** dari Kedai Twenties

Sumber : <https://instagram.com> diunduh pada tanggal 20 februari 2023



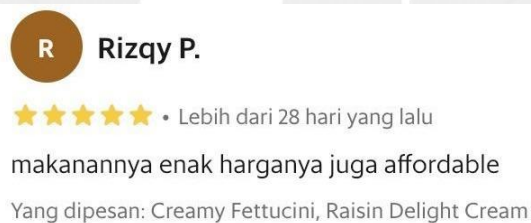
**Gambar 1. 5 Bukti Customer Loyalty**

Sumber : <https://instagram.com> diunduh pada tanggal 20 februari 2023

Gambar 1.4 dan 1.5 memperlihatkan seorang influencer Reynaldi gilbert yang merekomendasikan Kedai twenties kepada para pengikutnya dan juga ada akun cicil.co.id yang menjadikan Kedai twenties sebagai salah satu pilihan favorite

untuk membuat tugas atau hanya sekedar berkumpul. Dengan begitu terbukti bahwa adanya *Customer Loyalty* yang terjadi disini karena adanya pengalaman emosi positif yang dirasakan oleh pelanggan sehingga pelanggan mampu merekomendasikan Kedai twenties kepada orang lain.

Faktor berpengaruh berikutnya yaitu *Customer Satisfaction*. Menurut Umar (2015), *Customer Satisfaction* ialah tingkatan perasaan seorang konsumen setelah mempertimbangkan apa yang sudah dia terima dengan apa yang diharapkan olehnya. Menurut Kotler dan Keller (2016) *Customer Satisfaction* merupakan perasaan puas atau tidak puas seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang rasakan dengan harapan.



**Gambar 1. 6 Customer Satisfaction**

cafestorymanado Ini sudah ke-4 kalinya diriku kesini. Rasa makanannya konsisten Enakkk 😊😊 gak boong. Moga sampe seterusnya ttp konsisten y.

.....  
KEDAI TWENTIES. Pilihan menu ada buanyak!  
Mau kopi2an ada, Mau teh-tehan ada, mau nasi2an ada,  
mau mie juga ada, snacks apalagi...  
Lengkapp sudah!!

Lokasi: Jl.Pramuka Sario, Manado..  
sandykoleangan Hot chocolatenya enak 🔥

**Gambar 1. 7 bukti Customer Satisfaction kedai Twenties**

Sumber : <https://grab.id.instagram.com> diunduh pada tanggal 20 februari 2023

Gambar diatas memperlihatkan tinjauan dari beberapa pelanggan yang sudah pernah mengunjungi atau membeli produk dari kedai twenties. Adapun bukti bahwa Kedai twenties memiliki *Customer Satisfaction* pada gambar 1.6 dan 1.7 bahwa konsumen puas akan rasa makanan yang dibelinya dan juga memberikan bintang 5 yang menunjukkan mereka puas dari segala sisi sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Adapun salah satu yang aspek penting dalam menjalankan bisnis kedai kopi yaitu *Service Quality*. Menurut Fandy Tjiptono (2015) *Service Quality* adalah tolak ukur seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan mampu sesuai dengan apa yang diharapkan atau diekspektasikan oleh pelanggan.



**Gambar 1. 8 *Service Quality* kedai twenties**



**Gambar 1. 9 *Service Quality* kedai twenties**

Sumber : <https://instagramkedai.com> diunduh pada tanggal 6 februari 2023

Gambar 1.8 dan 1.9 yaitu bukti dari kualitas layanan yang diberlakukan oleh Kedai twenties. Dalam foto diatas, ditunjukkan bahwa cara pelayanan yang diberikan oleh kedai twenties sangat ramah dan amat baik seperti pada gambar itu kasir dari kedai twenties menunjukkan daftar menu yang ada kepada pelanggan dan masih menerapkan protokol kesehatan dan satunya lagi mengantarkan pesanan kepada pelanggan dengan sopan.

Kemudian dilanjutkan dengan *Social Enjoyment* menurut Deng Et Al. (2010) yang secara singkat memiliki makna yaitu sebagai manfaat yang dirasakan oleh konsumen pada saat mereka terhubung satu dengan lainnya saat menggunakan produk tersebut.



**Gambar 1. 10 *Social Enjoyment* Kedai Twenties**



**Gambar 1. 11 *Social Enjoyment* Kedai Twenties**



**Gambar 1. 12 *Social Enjoyment* Kedai Twenties**

Sumber : <https://instagramtwenties.com> diunduh pada tanggal 6 februari 2023

Gambar 1.10-1.12 menjadi bukti bahwa adanya *Social Enjoyment* yang terjadi di Kedai twenties karena menjadi pilihan kalangan anak muda sebagai tempat berkumpul, bergurau, belajar, bahkan merayakan ulang tahun serta melakukan aktivitas lain yang membuat mereka merasa Bahagia dan puas di tempat itu dapat dilihat dari ekspresi mereka pada gambar diatas.

Variabel berikutnya yaitu *Cleanness*. Menurut Aritonang (2015) *Cleanness* menjadi hal yang sangat penting dan memiliki pengaruh yang cukup signifikan karena kebersihan dirasakan secara langsung oleh pelanggan, dan kebersihan juga menjadi tingkatan setiap konsumen untuk menilai bagaimana bentuk kualitas barang atau jasa yang diberikan kepada konsumen.



**Gambar 1. 13 *Cleanness* dari Kedai Twenties**





**Gambar 1. 14 *Cleanness* dari Kedai Twenties**

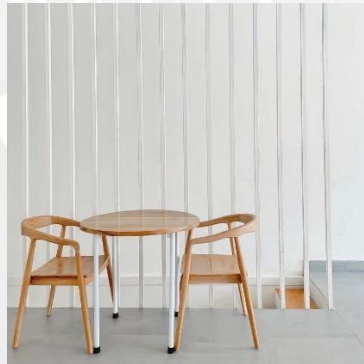
Sumber : <https://instagramtwenties.com> diunduh pada tanggal 8 februari 2023)

Pada gambar 1.13 dan 1.14 tersebut, terlihat dengan jelas bahwa kedai twenties mengutamakan kebersihan mereka dan tidak perlu diragukan lagi, Kedai twenties mementingkan kebersihan diatas segalanya karena menjadi salah satu aspek penting menyangkut dengan kenyamanan konsumen yang akan datang maupun yang sudah berada di dalam kedai twenties.

Berikutnya ada variabel *Aesthetics* yang mempengaruhi *Customer Satisfaction*. *Aesthetics* menurut David Garvin (2016) merupakan suatu karakteristik yang berbentuk subjektif tentang nilai-nilai keindahan estetika dan berhubungan dengan pertimbangan individu secara refleksi dari preferensi pribadi konsumen.



**Gambar 1. 15 Aesthetics dari Kedai Twenties**



**Gambar 1. 16 Aesthetics dari Kedai Twenties**

Sumber : <https://instagramtwenties.com> diunduh pada tanggal 9 februrari 2023

Dari gambar 1.15 dan 1.16 dapat disimpulkan bahwa kedai twenties memiliki tempat yang bernuansa estetik dengan perpaduan warna putih dan coklat yang memberikan essential soft memanjakan mata konsumen dengan penataan meja dan kursi sedemikian rupa yang membuat konsumen mendapat kenyamanan yang lebih didalamnya. Tidak hanya itu saja gambar 1. 17 dan 1.18 dibawah akan menunjukkan keindahan atau estetika produk yang disajikan oleh Kedai Twenties sehingga menjadi nilai plus di benak konsumen diikuti oleh furniture di dalamnya yang sering menjadi pusat perhatian karena menjadi tempat foto bagi kaum muda, yang dimana Kedai Twenties memfasilitasi spot foto yang menarik di setiap sudut di dalam kedai mereka.



Gambar 1. 17 Aesthetics product



**Gambar 1. 18 Aesthetics Place**

Sumber : <https://instagramtwenties.com> diunduh pada tanggal 19 februari 2023

Dan faktor yang mempengaruhi terakhir ialah variabel *Cost*. *Cost* menurut Lupioyadi (2013) yaitu sejumlah pengorbanan atau dedikasi konsumen yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa dan juga merupakan suatu nilai produk, yang mempengaruhi keuntungan yang didapatkan oleh produsen.



Gambar 1. 19 Menu di Kedai Twenties

COFFEE & NON COFFEE		FOOD	
<b>Coffee</b>	H R L	Crispy Chicken Platter	35K
• Amor Fati	28K 28K 30K	Fish and Chips	35K
• Tasty Drip	28K 28K 30K	Original Beef with Egg	35K
• Karamel Latte	28K 28K 30K	<b>Chicken Rice Bowl</b>	
• Karamel Latte (with Honey)	28K 28K 30K	Chicken Sateed Egg	32K
• Caramel Macchiato	28K 28K 30K	Chicken Sambal Bawang	32K
• Avon Latte	28K 28K 30K	Chicken Teriyaki	32K
• Spanish Latte	28K 28K 30K	Chicken Sambal Matcha	32K
• Caffe Latte	28K 28K 30K	<b>Fish Rice Bowl</b>	
• Americano	20K 20K 22K	Fish Sateed Egg	32K
<b>Non Coffee</b>	H R L	Fish Sambal Bawang	32K
• Sweet Euphoria	29K 29K 30K	Fish Sambal Matcha	32K
• Creamy Bizzy	29K 29K 30K	<b>Pasta</b>	
• Chocolate	27K 27K 29K	Aglio Olio	35K
• Chamomile	27K 27K 29K	Cheesy Fettucini	35K
• Matcha	27K 27K 29K	<b>Noodle's</b>	
• Kappari	27K 27K 29K	Indomies	30K
<b>Twenteas &amp; Blended Series</b>	H R L	<b>SNACK</b>	
<b>Twenteas</b>	H R L	French Fries	30K
The Blue Grape	28K	Beefed Fries	35K
ky Purple Pea	28K	Snack Platter	35K
Three Berry	28K	Plating Garing	20K
Naamyon Blast	25K	Tost	22K
Shay Summer	25K	• Cheese	22K
<b>Blended Coffee</b>	H R L	• Chocolate Crunch	27K
Caramel Banana Frappe	32K 37K	• Peanut Butter	27K
Khocharpy Frappe	33K 37K	• Chocolate Cheese	27K
Soft Peachade	30K 35K	• Matcha Crunchy	27K
<b>Blended Cream</b>	H R L	Coffee	
salin Delight Cream	30K 35K	• 1 Pcs Caffle	8K
Biggi Cookie Cream	30K 35K	• 3 Pcs Caffle	20K
Matcha Brown Sugar Cream	30K 35K	• 5 Pcs Caffle	30K
		• Sauce	5K
		• Original Sauce, Matcha Crunchy, Creamy, Lemon	
		<b>Add on by request</b>	

Hes - 8 oz / Regular - 12 oz / Large - 16 oz      All prices include 10% tax

Gambar 1. 20 Daftar Harga di Kedai Twenties

Sumber : <https://instagramtwenties.com> diunduh pada tanggal 10 februari 2023

Gambar 1.19 dan 1.20 memperlihatkan menu dan daftar harga yang disajikan oleh Kedai twenties. Bisa dikatakan jikalau harga yang diberikan sesuai dengan target market mereka juga sebanding dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, serta kualitas tempat yang diberikan oleh Kedai twenties.

Dari pembahasan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berfokus kepada *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, dan *Cost* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties yang ada di Manado. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu konsumen memilih kedai kopi yang diinginkan secara tepat serta mampu menunjukkan seberapa penting pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* di sektor manufaktur makanan dan minuman yaitu Kedai Kopi, khususnya terkait dengan pelanggan Kedai Twenties di Manado yang merupakan objek dalam penelitian ini.

## **1.2 Batasan Masalah**

Penelitian ini diberlakukan oleh penulis dengan maksud dan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, dan *Cost* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties yang ada di Manado. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dan informasi terbatas pada konsumen pria maupun Wanita, berdomisili di kota Manado, berusia 18-60 tahun, yang pernah berkunjung ke Kedai Twenties di Manado minimal 2-3 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas maka, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di kota Manado?

2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Social Enjoyment* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di kota Manado?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Cleanness* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di kota Manado?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Aesthetics* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di kota Manado?
5. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Cost* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di kota Manado?
6. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Kedai Twenties di kota Manado?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penulis yang akan diteliti ialah sebagai berikut :

1. Melalui penelitian ini, kita dapat mengetahui pengaruh signifikan dari *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di Manado.
2. Melalui penelitian ini, kita dapat mengetahui pengaruh signifikan dari *Social Enjoyment* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di Manado.
3. Melalui penelitian ini, kita dapat mengetahui pengaruh signifikan dari *Cleanness* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di Manado.

4. Melalui penelitian ini, kita dapat mengetahui pengaruh signifikan dari *Aesthetics* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di Manado.
5. Melalui penelitian ini, kita dapat mengetahui pengaruh signifikan dari *Cost* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Kedai Twenties di Manado.
6. Melalui penelitian ini, kita dapat mengetahui pengaruh signifikan dari *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Kedai Twenties di Manado.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari hasil tujuan penelitian yang ditemukan maka diharapkan manfaat dari penelitian ini ditemukan dan terbagi menjadi 2 yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis yang bisa diambil dari hasil penelitian ini yaitu sebagai bahan referensi untuk penulis selanjutnya, serta membantu penulis perihal syarat kelulusan Sarjana Srata Satu Manajemen di Uph Kampus Surabaya. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu untuk para pelaku usaha agar dapat mengembangkan bisnis mereka khususnya yang ada kaitannya dengan *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, dan *Cost* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.



## **152 Manfaat Praktis**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, Kedai Kopi Twenties dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk menambah jumlah pelanggan yang loyal terhadap kedai twenties. Serta memberikan pengetahuan tambahan terhadap pelaku usaha untuk memperbaiki atau memaksimalkan *Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetics*, dan *Cost* agar supaya *Customer Loyalty* di kedai twenties terus meningkat dari waktu ke waktu.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pembaca, penulis membagi laporan penelitian ini menjadi beberapa sub bab sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang pembahasan latar belakang, Batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian yang terbagi menjadi 2 yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis yang juga berisi sistematika penulisan yang akan dipakai dalam laporan ini..

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab ini berisi mengenai landasan teori yang memaparkan teori-teori yang berkaitan dan berguna dengan permasalahan yang diteliti, Penelitian terdahulu, Pengembangan Hipotesis, Model Penelitian dan terakhir Bagan Alur berpikir.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Kemudian pada Bab ini menyajikan langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian dan metode yang digunakan baik dalam pengumpulan data, pengolahan data dan analisa data yang digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB IV: PENGOLAHAN DATA DAN ANALISA DATA**

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari sleuruh hasil pengolahan data yang telah dilakukan dan diperoleh, beserta dengan analisa dari data yang telah diolah.

### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran yang berguna untuk penelitian ini dan untuk penelitian selanjutnya.

