

# BAB I

## PENDAHULUAN

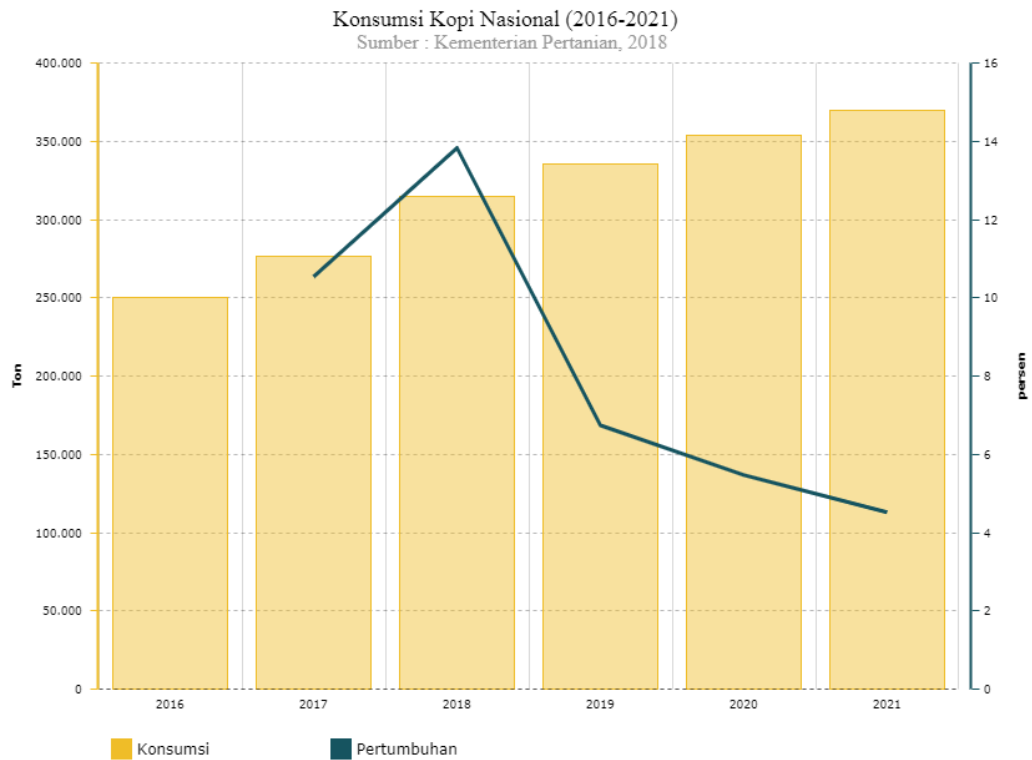
### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan dewasa ini semakin banyak bentuk dan jenisnya, mulai dari sektor sandang, pangan, papan, dan pemuas kebutuhan. Belakang ini, bisnis *coffee shop* banyak dilirik oleh *strat up* atau UMKM yang biasanya dikalangan muda yang mana dikarenakan mengerti dengan selera dengan penikmatnya. Fenomena munculnya berbagai *coffee shop* di Indonesia memang sedang *booming* dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari peningkatan signifikan jumlah kedai kopi (*coffee shop*) dalam beberapa tahun terakhir serta konsumsi kopi dalam negeri.

Jumlah kedai kopi (*coffee shop*) di Indonesia meningkat tiga kali lipat dari 1.083 gerai pada 2016, menjadi lebih dari 2.937 gerai pada 2019, dan angka tersebut akan terus bertambah. Dengan jumlah gerai yang ada saat ini, Toffin memperkirakan total keuntungan *coffee shop* di Indonesia mencapai Rp 4,8 Triliun (Undip.id, 2022).

Pada awalnya, kopi memang sudah menjadi budaya di Indonesia, terlebih Indonesia menjadi salah satu pemasok kopi di dunia. Perbandingan dari konsumsi dan produksi berdasarkan penghasil kopi terbesar, Indonesia (50,97%) meduduki puncak dibandingkan negara penghasil kopi lain, seperti Ethopia (48,87%), Brazil (35,36%), Kolombia (12,93%) dan Vietnam (8,66). Padahal sebelumnya Indonesia termasuk dalam 3 negara pemasok kebutuhan kopi dunia yang terbesar. Data *International Coffee Organization*, konsumsi domestik Indonesia sepanjang tahun

2018-2019 mencapai 50,97% (4.800 kantong) dari keseluruhan jumlah produksinya (9.418 kantong). (Katadata.co.id dalam umkmindonesia.id)



katadata.co.id

databoks

Sumber: umkmindonesia (2021) melalui Databooks milik Katadata.com

### **Gambar 1.1** **Data Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)**

Dari Gambar 1.1 dijelaskan grafik mengenai kenaikan konsumsi kopi di Indonesia, konsumsi kopi nasional mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Sepanjang periode 2016–2021, konsumsi kopi Indonesia diprediksi tumbuh dengan rata-rata 8,22% per tahun. Hal ini yang menyebabkan peluang dari bisnis kedai kopi akan menguntungkan. Pada tahun 2021 sendiri, pasokan kopi lokal diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi sebanyak

370 ribu ton. Kenaikan ini terhitung sangat signifikan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (umkmindonesia,id).

Banyaknya kedai kopi saat ini menjadikan pengusaha kopi harus lebih bisa berinovatif dalam mengembangkan bisnisnya hingga menjadi beda dari yang lain. Hal ini yang akan menjadi pembeda dari kedai kopi yang ada (pesaing). Karena banyak dari kalangan muda yang pergi ke kedai kopi, untuk mencari *experience* yang baru hingga akhirnya loyal pada satu tempat. Dalam hal ini yang menjadi pertimbangannya adalah bagaimana mereka merasa puas baik akan tempat, fasilitas, menu dan pelayanannya.

Loyalitas menjadi sangat penting bagi setiap sektor usaha. Hal ini akan menjadikan keuntungan tersendiri bagi tempat usaha tersebut, karena sudah pasti akan ada yang menggunakan jasa atau membeli produk yang dijual. Menurut Kotler dan Keller (2016:138) mendefinisikan loyalitas konsumen sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung suatu produk atau jasa yang disukai di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menimbulkan konsumen untuk beralih.

Dalam hal ini konsumen atau pengguna jasa bisa dikatakan loyal jika konsumen benar benar tidak bergeming akan produk atau penawaran dari tempat lain. oleh karenanya loyalitas menjadikan hal yang penting yang harus diciptakan oleh suatu tempat usaha. Ada juga beberapa hal yang dapat menciptakan loyalitas ini, seperti halnya pelayanan yang baik, produk (menu) yang ditawarkan baik, tempat yang nyaman, harga yang terjangkau dan banyak lagi.

Kualitas layanan biasanya menjadi salah satu faktor utama orang menjadi loyal. Ketika pelayanan yang diberikan baik, konsumen biasanya merasa dihargai dan jadi setia pada tempat tersebut. Ada juga paradigma dari konsumen yang tidak begitu memerhatikan harga dan juga kualitas akan barang/jasa yang di jual, tetapi lebih fokus pada pelayanan yang diberikan. Menurut Tjiptono (2015: 157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berbicra tentang ekpektasi konsumen, ada juga faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen yaitu kepuasan dari konsumen.

Kepuasan konsumen dapat memengaruhi dari loyalitas yang ada dari konsumen. Ketika konsumen puas, konsumen cenderung enggan memilih tempat yang lain. logikanya ketika puas mengapa harus mencari tempat lain jika tempat yang sekarang sudah membuat puas, keuali ada perusahaan lain (pesaing) yang menawarkan lebih dari tempat sebelumnya. Menurut Danang Sunyoto (2015: 140) kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Dalam hal ini sudah jelas jika konsumen merasa puas maka selain menciptakan loyalitas malah akan menambah media promosi yaitu WOM (*word of mouth*) yang secara tidak langsung dapat menguntungkan bagi perusahaan.

Ada beberapa penelitian yang membahas tentang pengaruh dari kualitas pelayanan dan juga kepuasan konsumen terhadap loyalitas dari konsumen seperti

yang diteliti oleh Moh. Akhsanus Tsalatsa dan Tri Sudarwanto (2021) yang menyatakan kualitas dari pelayanan dan kepuasan konsumen dapat memengaruhi loyalitas dari konsumen baik secara parsial dan simultan pada Kopi Kafe Gersik.

Sadeli Coffee merupakan *coffee shop* yang ada di Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya yang sudah berdiri sejak tahun 2019 yang tercipta dari hobi dari sang pemilik. Untuk data kunjungan yang direkap pada kuartal ke empat tahun 2022 didapat data sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Kunjungan dan Pembelian di Sadeli Coffee**

Bulan	Kunjungan
Oktober	1232
November	1165
Desember	1423

Sumber: Sadeli Coffee, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat terlihat jumlah kunjungan yang terjadi setiap bulannya, pada bulan November memang mengalami penurunan, namun pada bulan Desember terjadi peningkatan kembali bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan bulan Oktober. Dalam hal ini, menurut pemilik Sadeli Coffee ada juga pengunjung baru yang datang mengunjungi berbarengan dengan pengunjung tetap dari Sadeli Coffee. Hal ini menjadi bukti bahwa mereka yang loyal akan membawa dan merekomendasikan kepada orang lain. Selain dari kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, karena *coffee shop* yang ada di daerah Rajapolah masih terbilang jarang, maka kualitas pelayanan juga menjadi alasan banyak orang yang datang ke Sadeli Coffee. Sadeli Coffee juga tidak hanya berfokus pada penjualan kopi nya namun pada penyediaan tempat untuk kaum muda bertukar pikiran, menjadikan Sadeli Coffee tempat kreatifitas masyarakat muda lokal.

Berdasarkan latar belakang yang dibahas, maka penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor yang memengaruhi loyalitas pada Sadeli Coffee. Pada penelitian ini dibutuhkan penelitian mengenai tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas dari konsumen Sadeli Coffee. Oleh karena itulah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SADELI COFFEE”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan masalah pokok yang akan diteliti dan telah diuraikan dalam latar belakang yaitu bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas. Maka untuk menganalisis masalah pokok tersebut perlu terlebih dahulu dirinci atau diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pada konsumen Sadeli Coffee.
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pada konsumen Sadeli Coffee.
3. Bagaimana kepuasan konsumen berpengaruh pada loyalitas pada konsumen Sadeli Coffee.
4. Bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh pada loyalitas pada konsumen Sadeli Coffee.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dibahas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pada konsumen Sadeli Coffee.
2. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pada konsumen Sadeli Coffee.
3. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen berpengaruh pada loyalitas pada konsumen Sadeli Coffee.
4. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh pada loyalitas pada konsumen Sadeli Coffee.

#### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini diantaranya:

- 1.4.1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan tentang manajemen pemasaran mengenai bahasan yang sama dengan lebih mendalam dikemudian hari. Selain itu juga dapat menambah wawasan serta pengetahuan tentang kajian ilmiah dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya kajian tentang kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas.
- 1.4.2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan berguna:
  - a. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dalam usaha melakukan analisa mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di masa mendatang.
  - b. Bagi peneliti, dapat mengaplikasikan teori yang dimiliki agar dapat mencoba menarik kesimpulan yang dipertanggung jawabkan secara objektif dan ilmiah dalam kehidupan praktis.

## **1.5 Lokasi dan Jadwal penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Sadeli Coffee yang beralamat di Jl. Raya Sumedang-Cibeureum No 27, Rajapolah, Jawa Barat, Indonesia.

### **1.5.2 Jadwal Penelitian**

Waktu penelitian yang dibutuhkan dengan rincian jadwal kegiatan penelitiannya seperti tertera di lampiran 1.