

BAB I

PENDAHULUAN

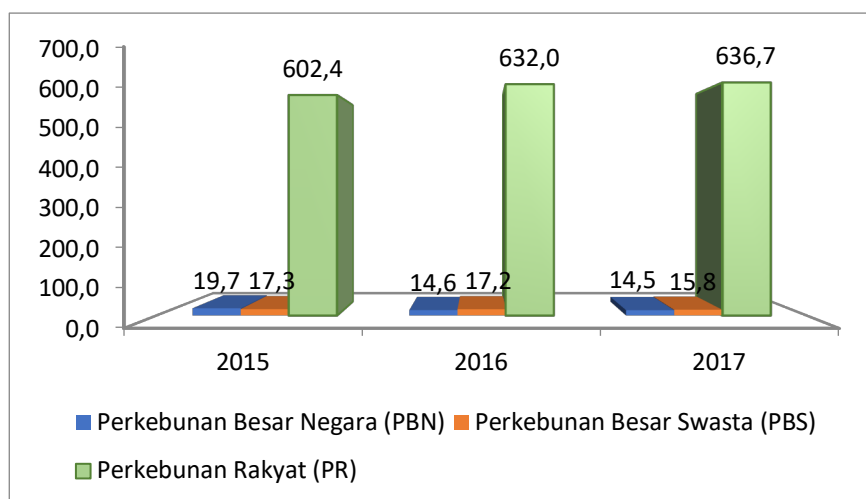
A. Latar Belakang Penelitian

Meminum kopi sudah menjadi kebiasaan yang turun – temurun yang dilakukan oleh para leluhur kita terdahulu. Diera modern seperti ini, kopi sudah berkembang pesat mulai dari variasi rasa sampai dengan proses yang akan disajikan. Konsumsi kopi diperkirakan akan meningkat dikarenakan perubahan gaya hidup, faktor budaya, dan permintaan yang lebih dari konsumen. Perubahan gaya hidup dan juga faktor budaya sudah mulai terlihat dan dapat dirasakan dari kaum muda yang mulai gemar meminum kopi sebagai media pergaulan. Selain itu masyarakat yang konsumtif memberi dampak banyak munculnya *coffee shop* yang ada di Indonesia salah satunya yang ada di Kota Yogyakarta.

Adanya peningkatan konsumen kopi di Indonesia, khususnya di Yogyakarta membuat daya saing antara *coffee shop* yang satu dengan lainnya meningkat untuk menarik para calon konsumennya. Persaingan tersebut dapat dilihat dari layanan yang diberikan dan dapat dinilai juga dari kepuasan pelanggan serta loyalitasnya terhadap *coffee shop* tersebut. Persaingan antara *coffee shop* tersebut salah satunya dalam peningkatan kualitas layanan. Kehidupan masyarakat sekarang sudah berbeda dengan kehidupan masyarakat yang dulu. Dulunya masyarakat yang pergi ke warung kopi, datang hanya untuk menikmati kopinya saja tanpa memperhatikan kualitas layanan yang diberikan dari warung kopi tersebut. Beda halnya dengan masyarakat sekarang ini, mereka datang ke *coffee shop* atau warung kopi untuk mengerjakan tugas maupun pekerjaan. Disisi lain

masyarakat kini lebih menilai pada kualitas layanan yang diberikan oleh *coffee shop* yang mereka datangi. Banyak *coffee shop* membentuk pegawainya agar dekat dengan para konsumennya karena ingin menciptakan layanan yang baik untuk konsumennya.

Kupiku *coffee shop* sendiri memiliki daya saing yang cukup kuat bagi *coffee shop* lain yang berada di Yogyakarta. Kupiku memiliki pelanggan yang loyal terhadap produknya, dikarenakan ada beberapa faktor seperti kualitas layanan yang diberikan untuk konsumen agar konsumen dapat merasakan kepuasan saat membeli produk dari Kupiku *Coffee Shop*. Adanya peningkatan konsumen kopi di Indonesia tersebut, mendorong produsen untuk memproduksi kopinya lebih banyak karena permintaan dari konsumen. Produksi kopi mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, mulai dari perkebunan besar negara, perkebunan besar swasta, dan yang paling besar perkebunan rakyat. Perkembangan produksi tersebut didukung dari gambar dibawah ini.



Gambar 1.1
Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2015 sampai 2017
Sumber : Badan Pusat Statistika.

Fenomena yang terjadi saat ini banyaknya *coffee shop* yang mulai bermunculan, namun hanya beberapa *coffee shop* yang masih bertahan dan memiliki pelanggan yang loyal terhadap *coffee shop* tersebut. *Coffee shop* yang bertahan rata – rata memiliki pelanggan yang loyal dan *coffee shop* tersebut menjaga kualitas layanannya agar mendapat respon yang baik bagi para konsumen. Banyaknya *coffee shop* tersebut dapat didukung data dari BPS.

Peningkatan *coffee shop* tersebut didukung dari data yang diambil dari Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2018 bulan Januari hingga Desember menjelaskan impor di Indonesia memiliki nilai sebesar 188.711.246.029,00 lebih besar dibandingkan ekspor ke luar negeri sebesar 180.215.035.579,59 (BPS, 2018), mengartikan bahwa tingkat konsumsi di Indonesia masih tinggi dibandingkan dengan angka penjualan. Sejalan dengan data di atas, maka tidak heran bahwa perkembangan bisnis UMKM terutama *food and beverage* di negara ini semakin pesat karena bidang bisnis ini adalah salah satu pemenuh rasa konsumtif masyarakat kita, terutama pada remaja. Bisnis *food and beverage* yang paling berkembang saat ini adalah kafe. Salah satu kafe yang berada di Yogyakarta adalah Kupiku *Coffee Shop*.

Kupiku *Coffee Shop* merupakan kafe yang berada di JL. Anggajaya I, Ruko Kelapa Hijau Nomor 3, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kafe ini memiliki *tagline* “Nusantara *Coffee Space*” yang mengartikan, di kafe ini menyajikan variasi kopi yang tersebar dari beberapa daerah di Indonesia. Memiliki variasi biji kopi yang banyak dan bertambahnya mesin kopi yang ada di Kupiku menjadikan salah satu keunggulan dari pesaing - pesaingnya. Disisi lain, beberapa *coffee shop*

di Yogyakarta memiliki konsep yang hampir sama dengan menyajikan variasi biji kopi yang berada di beberapa daerah di Indonesia. Walaupun terdapat banyaknya pesaing, perkembangan dari Kupiku *Coffee Shop* sendiri sangat pesat. Dilihat dari beberapa mesin yang sudah bertambah seperti *grinder*, *house blend*, dan juga mesin *espresso* dari tahun 2018 ke 2019 merupakan perkembangan yang sangat pesat. Persaingan bisnis saat ini sangat ketat dan hal tersebut mendorong perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat menciptakan serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kotler & Keller, 2010).

Perkembangan bisnis kafe di Yogyakarta terlihat mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Dilihat dari kafe yang berada di daerah Kampus UGM ataupun Kampus UPN, mulai dari kafe yang lokasinya berada di pinggir jalan besar hingga kafe yang berada di dalam lingkungan perumahan. Di daerah yang berdekatan dengan Kupiku *Coffee Shop* sendiri ada beberapa *coffee shop* yang sudah berdiri. Untuk meningkatkan daya saing terhadap kompetitornya, Kupiku *Coffee Shop* dapat memberikan hal yang berbeda dan memberikan kualitas yang lebih baik dibandingkan pesaingnya tersebut.

Kini hampir seluruh *coffee shop* yang berada di Yogyakarta mulai memperhatikan tentang kualitas layanan yang diberikan. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor pendukung agar calon konsumen melakukan pembelian di *coffee shop* tersebut. Kualitas layanan adalah suatu keadaan dinamis

yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas layanan yang diharapkan (Tjiptono, 2014). Kualitas layanan perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan konsumen, sehingga konsumen dapat merasa puas terhadap layanan yang didapatkan.

Terjadinya kepuasan pelanggan dapat dinilai dari salah satu faktor yaitu kualitas layanan. Adanya kepuasan pelanggan, akan membentuk konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan terjadi loyal terhadap satu produk. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2010).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian (Iskandar & Wijaksana, 2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Transportasi Pt. Tara Megah Muliatama (Taksi Gemah Ripah) Di Kota Bandung”. Penelitian ini meneliti variabel yang sama seperti penelitian terdahulu tersebut, hanya saja objek yang diteliti pada penelitian ini berbeda, yaitu *Kupiku Coffee Shop* di Yogyakarta.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan dengan mediasi kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *Kupiku Coffee Shop*. Untuk itu, penulis melakukan penelitian dengan judul yang diajukan “Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan

Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan pada Kupiku *Coffee Shop*".

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kupiku *Coffee Shop*?
2. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kupiku *Coffee Shop*?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kupiku *Coffee Shop*?
4. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap loaylitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Kupiku *Coffee Shop*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisa pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada Kupiku *Coffee Shop*.
2. Menganalisa pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan pada Kupiku *Coffee Shop*.
3. Menganalisa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan pada Kupiku *Coffee Shop*.

4. Menganalisa pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Kupiku *Coffee Shop*.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharap mampu memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis:

- a. Dapat berguna bagi penelitian selanjutnya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memberikan masukan yang baik agar tercapai kepuasan pelanggan dan menjadikan adanya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.