

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

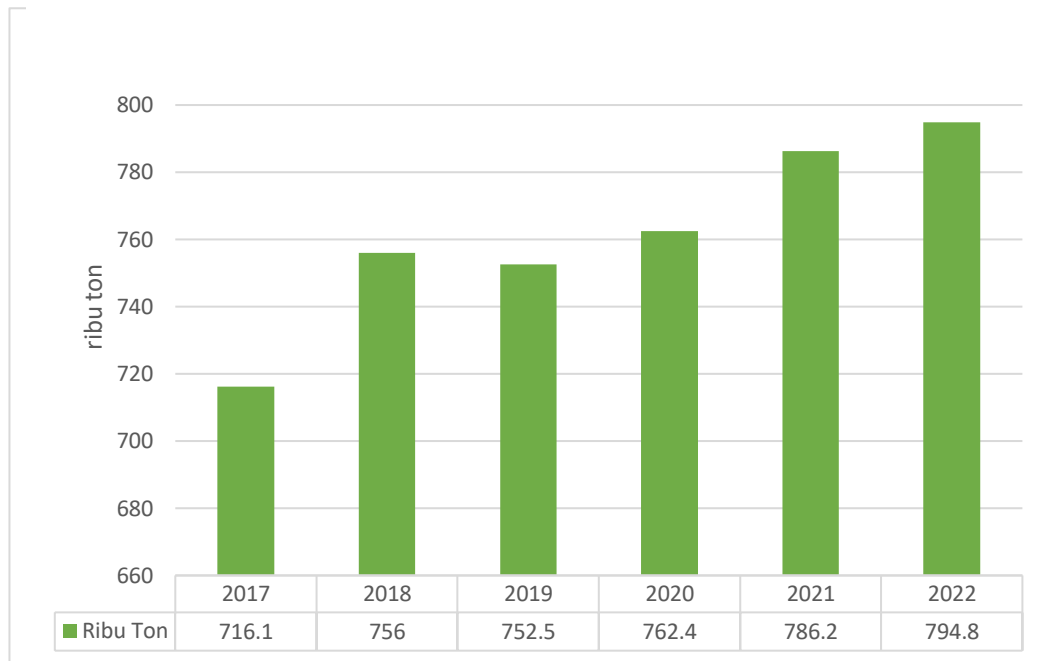
### **A. Latar Belakang Penelitian**

Bisnis kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pergeseran kebiasaan masyarakat menjadikan bisnis kuliner mulai dari makanan sampai minuman semakin beragam jenisnya. Tingginya kebutuhan hiburan di kehidupan masyarakat perkotaan menjadi satu kebiasaan baru yang kini ramai di gemari. Mulai dari makanan tradisional yang dikemas dengan cara modern, sampai kepada tempat dengan nuansa modern namun menjual makanan tradisional. Masyarakat seperti disuguhkan banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan. Tidak hanya kuliner makanan, namun juga berbagai macam kuliner lainnya seperti kopi.

Kopi salah satu minuman yang sudah menjadi gaya hidup baru bagi sebagian kalangan muda maupun tua. Banyaknya masyarakat yang gemar menikmati kopi sambil beraktivitas “ngopi” seakan menjadi tradisi wajib bagi masyarakat untuk memulai aktivitas ataupun sekedar bercengkerama. Kini mengkonsumsi kopi memang sudah menjadi sebuah trend bagi masyarakat. Bahkan, hal seperti itu sudah menjadi kewajiban atau kegiatan pokok sehari-hari. Hal ini menjadikan kaula muda maupun tua pergi ke tempat penjual kopi. Pergeseran ini juga yang membuat banyak bermunculan *coffee shop* di kota-kota besar bahkan sampai ke daerah. Setiap *coffee shop* berusaha untuk menawarkan produk dengan kelebihan dan juga memberikan layanan terbaik untuk menawarkan produk dengan kelebihan tersendiri dan juga memberikan layanan terbaik untuk menarik minat pelanggan.

Dalam dunia bisnis dengan persaingan ketat, loyalitas pelanggan sangat dibutuhkan untuk keberlanjutan usaha.

**Tabel 1. 1. Volume Produksi Kopi di Indonesia 2017-2022**



**Sumber : Annur (2023)**

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa produksi kopi di Indonesia meningkat mencapai 794 ribu ton pada tahun 2022. Saat ini di Yogyakarta mulai bermunculan tempat kopi yang hadir dengan keunikan. Salah satunya Warung Kopi klotok Yogyakarta merupakan tempat kopi yang sedang naik daun di Yogyakarta tepatnya di Sleman. Warung Kopi Klotok ini mempunyai daya tarik yaitu dari segi penyajiannya masih menggunakan kesan tradisional yang membuat para pengunjung merasa nyaman, selain kopinya makanannya juga tidak kalah menarik karena disajikan dalam konsep rumahan yang enak, daya tarik tersebut yang membuat Warung Kopi Klotok menjadi tujuan wisata kuliner. Warung Kopi klotok ini berdiri sejak tahun 2015, tempat ‘ngopi’ yang selalu ramai dikunjungi oleh pelanggan. Pelanggan yang datang di warung tersebut dari kalangan anak

muda hingga orang tua dan kalangan menengah hingga pejabat, contohnya saja Tahun 2023 bulan Juni warung tersebut didatangi Presiden Joko Widodo beserta keluarganya. Hal tersebut menjadi bukti bahwa pelanggan Warung Kopi Klotok merasakan kepuasan.



**Gambar 1. 1. Bapak Jokowi ke Warung Kopi Klotok Yogyakarta**

**Sumber : Nugraheny (2023)**

Oliver (2019) mengemukakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja tidak sesuai harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Kepuasan pelanggan tidak akan terwujud apabila pelanggan belum mencoba dan melakukan proses pembelian terlebih dahulu. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku pelanggan, istilah kepuasan pelanggan lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan pelanggan, yakni apakah pelanggan merupakan respon emosional ataukah evaluasi kognitif, ini bisa dari beragam definisi yang dikemukakan banyak pakar (Tjiptono, 2008). Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2018).

Tingginya kepuasan pelanggan tidak lain juga dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan tentang layanan yang akan diberikan oleh perusahaan dengan ekspektasi mereka mengenai layanan yang sebenarnya mereka dapatkan (Oliver, 1997). Kualitas layanan merupakan landasan utama buat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam hal kualitas layanan, jika pengalaman pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan lebih baik daripada harapan yang dia miliki, dapat dikatakan bahwa kualitas layanan toko tersebut dianggap sangat baik. Di sisi lain, jika persepsi yang dimiliki pelanggan terhadap kualitas layanan aktual sama dengan ekspektasi yang mereka miliki sebelumnya, maka kualitas layanan toko tersebut dapat dikatakan baik dan jika persepsi aktual yang dimiliki pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan tersebut adalah kurang dari atau lebih rendah dari harapan yang dia miliki mengenai kualitas layanan, kualitas layanan suatu toko tersebut dapat dianggap buruk.

Selain kualitas layanan, variabel lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu persepsi nilai dan loyalitas pelanggan. Nilai pelanggan adalah tujuan yang lebih terarah, dan loyalitas pelanggan adalah tujuan bawahan untuk bisnis karena itu adalah niat perilaku. Ini mirip dengan hasil Meixner *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan diprediksi oleh kepuasan pelanggan dan nilai yang dirasakan. Di antara faktor-faktor tersebut, efek yang dirasakan nilai pelanggan lebih kuat dari kepuasan pelanggan. Seperti yang dibahas oleh Heinonen *et al.* (2019), persepsi nilai pelanggan perlu diperhatikan yang diambil sebagai antecedent dalam menentukan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Jika itu hanya layanan kualitas, kepuasan pelanggan dan loyalitas tidak terbentuk sepenuhnya jika persepsi nilai pelanggan tidak terlibat (Madiawati *et al.*, 2019).

Penelitian ini merupakan replikasi murni dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Madiawati *et al.* (2019). Dengan menggunakan variabel yang sama dan subjek lebih spesifik yang mengarah kepada Warung Kopi Klotok Yogyakarta. Dengan demikian, penelitian ini merupakan replikasi tetapi terdapat beberapa perbedaan yang menjadikan hal tersebut sebagai aspek berbeda dibanding dengan penelitian sebelumnya.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta?
2. Apakah persepsi nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta?
4. Apakah kualitas layanan dan persepsi nilai berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta?
5. Apakah kualitas layanan dan persepsi nilai berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh persepsi nilai terhadap loyalitas pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh persepsi nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan dan persepsi nilai secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta.
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan dan persepsi nilai secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta.
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta.
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan kepuasan pelanggan memediasi pengaruh persepsi nilai terhadap loyalitas pelanggan di Warung Kopi Klotok Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan manfaat yang diharapkan dari peneliti, maka manfaat penelitiannya sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan ilmu dan memperbanyak manfaat mengenai kualitas layanan di Warung Kopi Klotok, mengingat penelitian ini sangat penting untuk berkembangnya suatu perusahaan. Selanjutnya, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sebuah acuan dan informasi bagi peneliti selanjutnya agar dapat menjadikan penelitian yang berkaitan dengan topik yang ada menjadi lebih baik lagi.

### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat bagi penulis penelitian ini, diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Warung Kopi Klotok Yogyakarta, Indonesia.”