

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bisnis kafe merupakan bisnis yang selalu berkembang dan mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Bisnis kafe dikemas lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman serta gaya hidup masyarakat. Kafe yang menyajikan makanan berat maupun camilan sangat banyak bermunculan membuat persaingan dalam bisnis kafe ini sangat ketat. Gaya hidup masyarakat yang berubah menjadi semakin modern membuat banyak masyarakat lebih memilih memakan camilan di kafe dari pada di rumah. Selain karena masyarakat menyukai hal yang praktis, masyarakat lebih memilih memakan camilan di kafe tersebut untuk sekedar mengisi waktu luang, *hangout* bersama teman-teman bahkan dijadikan tempat pertemuan rapat (*meeting*). Hal ini yang membuat banyak pemilik kafe harus lebih mengembangkan dan menimbulkan kesan yang baik pada pengalaman konsumen (*Customer Experience*). Hal tersebut nantinya akan mempengaruhi loyalitas konsumen (*Customer Loyalty*), yang timbul melalui adanya sikap konsumen yaitu kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*).

Informasi yang di dapat dari situs merdeka.com, bisnis kafe di Indonesia terus tumbuh pesat sehingga patut diperhitungkan sebagai salah satu bisnis yang menguntungkan di era modern ini. Saat ini lebih dari 10.000 kafe di Indonesia yang diprediksi akan terus tumbuh. Selain itu, perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia juga terus mendorong pertumbuhan industri kafe. Banyak kalangan yang memilih rapat di kafe sambil meminum kopi karena kafe Sekarang ini bukan hanya untuk nongkrong, tapi sudah jadi tempat rapat (*meeting*).

Salah satu kafe dapat dijadikan salah satu tempat pilihan masyarakat adalah J.CO Donuts & Coffee. Kafe ini didirikan oleh Johnny Andrean pada tahun 2006 dan pertama kali berlokasi di Lippo Karawaci. Produk yang disajikan pun beragam yaitu kopi, donat dan yogurt beku. Adapun cabang-cabang J.CO Donuts & Coffee terdapat 128 cabang yang tersebar di kota-kota besar diseluruh Indonesia tersebar luas di beberapa kota – kota besar dan daerah di Indonesia, salah satunya terdapat di Jakarta. Melalui akun instagran @jcoindonesia terlihat memiliki 696k pengikut, akun ini mewakili J.CO yang berada di Indonesia yang berisi informasi bagi para pengikutnya. Informasi dalam akun tersebut berisi tentang produk yang disajikan, promo atau diskon yang di adakan dan lokasi cabang-cabang J.CO diseluruh Indonesia yang dapat dikunjungi.

J.CO Donuts & Coffee menjadi salah satu kafe yang menambah ketatnya persaingan dalam industry kafe. Pemilik kafe bukan hanya dituntut untuk menyajikan variasi aneka minuman dan makanan, tetapi harus menumbuhkan kesan yang baik pada pengalaman konsumen dengan maksud akan berpengaruh terhadap loyalitas mereka sebagai konsumen. Salah satu cabang dari kafe ini

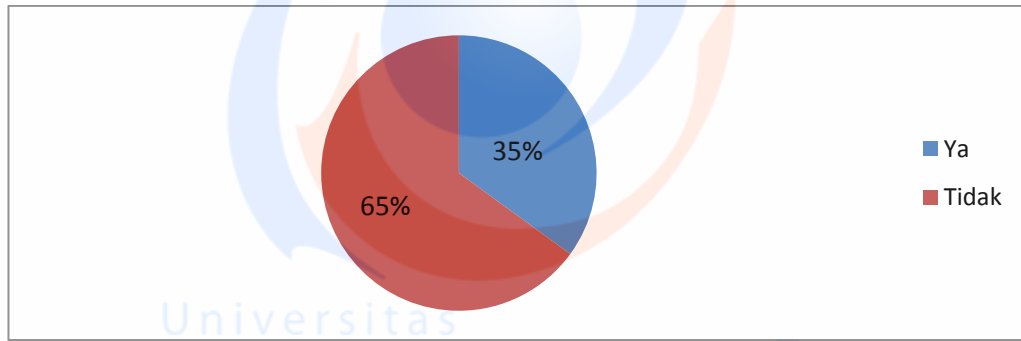
berada di Lippo Mall Puri, oleh karena itu berikut adalah tabel kafe dengan rating yang berada di Lippo Mall Puri, Jakarta Barat :

**1.1 Tabel Kafe dengan urutan Rating di Lippo Mall Puri, Jakarta Barat.**

No	Nama Kafe	Rating	Rasa	Suasana	Harga	Pelayanan	Kebersihan
1	Koi The	4.25/5	4.3	4.5	4.0	4.3	4.3
2	Excelso	4.04/5	4.0	4.2	4.0	4.0	4.0
3	Ya Kun Kaya Toast	4.00/5	5.0	4.0	3.0	4.0	4.0
4	Starbucks Coffee	3.95/5	3.9	4.0	3.6	4.2	4.1
5	Eric Kayser Artisan Baulanger	3.91/5	4.0	4.2	3.6	3.8	4.0
6	Neoma	3.85/5	3.9	4.2	3.5	3.8	3.9
7	Tea Et All	3.82/5	3.6	4.0	3.4	4.2	4.0
8	Revel Cafe	3.78/5	3.6	4.1	3.1	4.0	4.2
9	Mokka Coffee Cabana	3.73/5	3.7	3.8	3.6	3.7	3.9
10	Banban	3.68/5	4.0	3.5	3.3	3.8	3.9
<b>11</b>	<b>J.CO Donuts &amp; Coffee</b>	<b>3.66/5</b>	<b>4.0</b>	<b>3.6</b>	<b>3.6</b>	<b>3.6</b>	<b>3.6</b>
12	Maxx Coffee	3.52/5	3.1	3.8	3.3	3.5	3.9
13	Pappajack Asian Cuisine	3.38/5	3.1	3.2	3.1	3.8	3.7
14	The Goods Cafe	3.37/5	3.4	3.6	2.7	3.4	3.7
15	Kopi Kitchen	3.20/5	3.1	3.4	2.6	3.4	3.6
16	Kafe Betawi	3.08	3.7	4.0	3.3	4.0	4.0

Sumber : pergikuliner.com (2018)

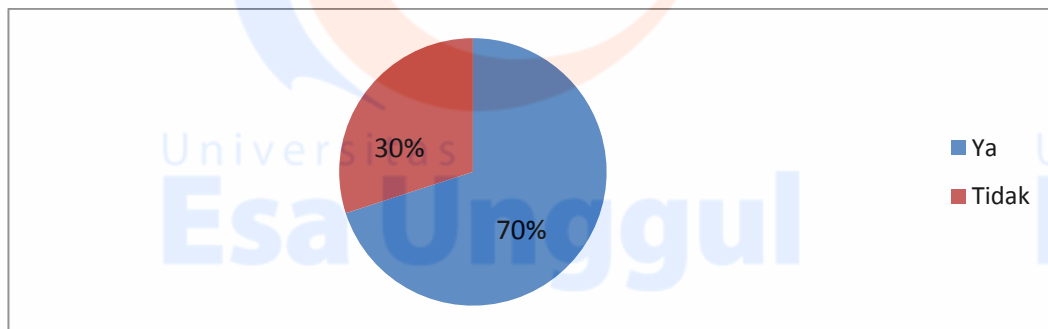
Dari tabel di atas menunjukkan jika J.CO Donuts & Coffee berada di rating 11 dari 16 kafe di Lippo Mall Puri berdasarkan dari 5 penilaian yaitu rasa, suasana, harga, pelayanan, kebersihan. Penilaian tersebut sesuai dengan apa yang telah dirasakan dari pengalaman konsumen. Untuk memperkuat data tersebut, peneliti melakukan pra survey berdasarkan dimensi dari pengalaman konsumen, sebagai berikut :



Sumber : Data diolah peneliti, 2018

**Gambar 1.1** Pra Survei Dimensi *Customer Experience* tentang *Sense* dari J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat.

Gambar 1.1 adalah data yang diambil dari 20 responden yang berada di wilayah Jakarta Barat, dan pernah mengonsumsi dan berkunjung J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat dengan pertanyaan “Apakah desain dan tata ruang J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat menarik sehingga membuat anda tertarik untuk berkunjung?”. Dari data tersebut menunjukkan 13 orang (65%) responden merasa tidak tertarik dengan desain dan tata ruang J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat karena dinilai tidak menarik perhatian dan biasa saja. Sementara 7 orang (35%) responden merasa tertarik dengan desain dan tata ruang J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat, karena dinilai nyaman dan terlihat bagus.

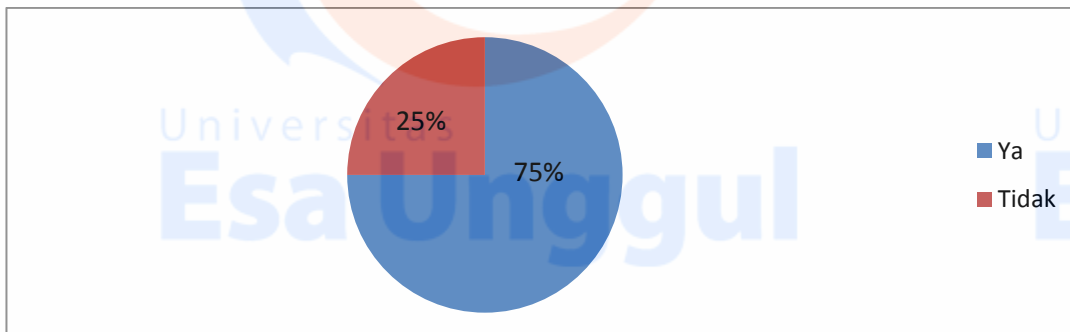


Sumber : Data diolah peneliti, 2018

**Gambar 1.2** Pra Survei Dimensi *Customer Experience* tentang *Feel* dari J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat.

Gambar 1.2 adalah data yang diambil dari 20 responden yang berada di wilayah Jakarta Barat, dan pernah mengonsumsi dan berkunjung J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat dengan pertanyaan “Apakah J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat memiliki suasana yang santai sehingga membuat anda memilih kafe ini sebagai tempat bersantai?”. Dari data tersebut menunjukkan 6 orang (30%) responden merasa J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat tidak memiliki suasana yang santai dengan alasan, karena

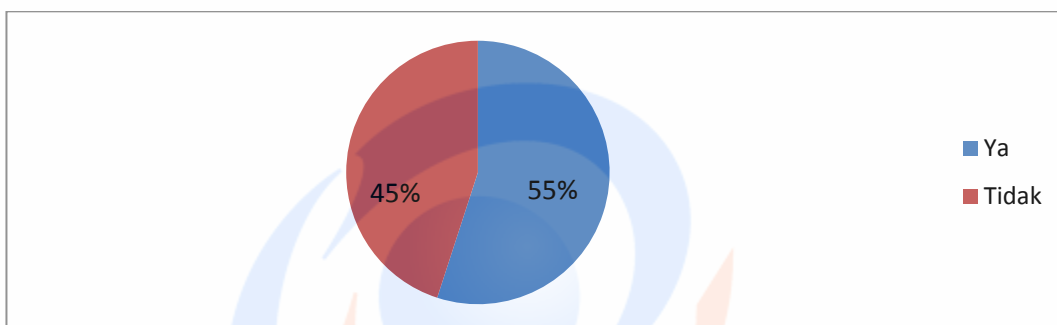
lingkungan sekitar kafe yang agak ramai dan adanya pilihan tempat lain. Sementara 14 orang (70%) responden merasa bahwa J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat memiliki suasana yang santai dengan alasan karena dapat dijadikan tempat beristirahat dan bersantai setelah berjalan-jalan.



Sumber : Data diolah peneliti, 2018

**Gambar 1.3** Pra Survei Dimensi *Customer Experience* tentang *Think* dari J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat.

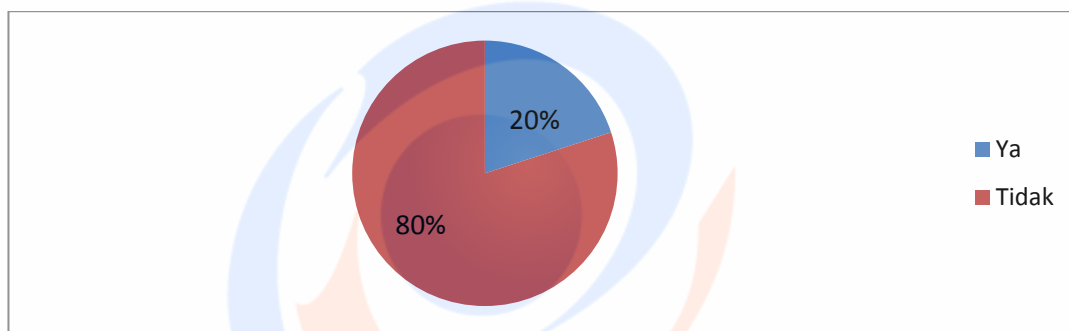
Gambar 1.3 adalah data yang diambil dari 20 responden yang berada di wilayah Jakarta Barat, dan pernah mengonsumsi dan berkunjung J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat dengan pertanyaan “Apakah J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat memiliki variasi menu yang beragam sehingga anda tertarik untuk berkunjung dan membeli produknya?” Dari data tersebut menunjukkan 5 orang (25%) responden merasa variasi menu J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat tidak membuat mereka tertarik dengan alasan, karena mereka membeli jika karena ingin dan ketika sedang ada promo saja. Sementara 15 orang (75%) responden merasa dengan adanya variasi menu J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat mereka menjadi tertarik untuk membeli dengan alasan karena dengan banyaknya variasi menu membuat banyak pilihan sehingga tidak bosan dan membuat penasaran dengan menu yang belum mereka coba.



Sumber : Data diolah peneliti, 2018

**Gambar 1.4** Pra Survei Dimensi *Customer Experience* tentang *Act* dari J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat.

Gambar 1.4 adalah data yang diambil dari 20 responden yang berada di wilayah Jakarta Barat, dan pernah mengonsumsi dan berkunjung J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat dengan pertanyaan “Apakah media sosial instagram @jco.indonesia menginformasikan dengan baik tentang segala informasi yang berkaitan dengan kafe secara baik sehingga anda tertarik untuk berkunjung dan membeli produk dari J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat?”. Dari data tersebut menunjukkan 9 orang (45%) responden merasa media sosial instagram @jco.indonesia tidak menginformasikan dengan baik tentang segala informasi yang berkaitan dengan kafe dengan alasan mereka tidak menjadi pengikut instagram dari @jco.indonesia. Sementara 11 orang (55%) responden merasa media sosial instagram @jco.indonesia sudah menginformasikan dengan baik tentang segala informasi yang berkaitan dengan kafe dengan alasan karena informasinya lengkap dan sangat up to date apabila sedang ada promo.



Sumber : Data diolah peneliti, 2018

**Gambar 1.5 Pra Survei Dimensi *Customer Experience* tentang *Relate* dari J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat.**

Gambar 1.5 adalah data yang diambil dari 20 responden yang berada di wilayah Jakarta Barat, dan pernah mengonsumsi dan berkunjung J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat dengan pertanyaan “Apakah J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat menjadi tren gaya hidup sehingga anda tertarik memilih kafe ini untuk menghabiskan waktu luang anda?”. Dari data tersebut menunjukkan 16 orang (80%) responden merasa J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat tidak menggambarkan tren gaya hidup mereka dengan alasan karena dinilai kafe ini bukan pilihan satu-satunya dan dinilai belum cukup daya tarik yang ditawarkan untuk dijadikan gaya hidup mereka. Sementara 4 orang (20%) responden merasa J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat menggambarkan tren gaya hidup dengan alasan karena dapat dijadikan tempat alternatif pilihan mereka untuk berkumpul bersama teman-teman.

Dari data di atas Dimensi dari *Customer Experience* yang dilakukan merasa J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat masih belum mampu dalam memenuhi kepuasan konsumen secara keseluruhan. Sehingga

terciptanya loyalitas konsumen terhadap J.CO Donuts & Coffee pun berkurang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat”**

## **1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dilakukan identifikasi dan pembatasan masalah.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa masalah sebagai berikut :

1. J.CO Donuts & Coffee menjadi salah satu Kafe pilihan yang berada di Lippo Mall Puri, Jakarta Barat tetapi rating yang di peroleh masih dibawah kafe lainnya. hal ini menunjukkan tingkat kepuasan masih rendah yang dirasakan konsumen terhadap J.CO Donuts & Coffee.
2. Banyaknya kafe-kafe yang berada di Lippo Mall Puri, Jakarta Barat membuat persaingan sangat ketat, sehingga banyak masyarakat yang memilih kafe lain sebagai pilihan.
3. *Sense* seperti desain dan tata ruang J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat yang dirasakan konsumen kurang baik, sehingga konsumen tidak tertarik untuk berkunjung ke J.CO.
4. *Relate* seperti J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat menggambarkan gaya hidup dirasakan konsumen sangat kurang karena dinilai belum cukup daya tarik yang ditawarkan, sehingga membuat tingkat kunjungan konsumen J.CO masih rendah.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah diperlukan untuk memfokuskan pada masalah yang akan diteliti, maka penelitian dibatasi pada :

1. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh dimensi *Customer Experience* yaitu *Sense* dan *Relate* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening.
2. Dalam Penelitian ini dilakukan pada konsumen J.CO Donuts & Coffee cabang Lippo Mall Puri yang berada di wilayah Jakarta barat.

## **1.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *sense* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat berpengaruh langsung terhadap *customer satisfaction* ?
2. Apakah *relate* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat berpengaruh langsung terhadap *customer satisfaction* ?
3. Apakah *sense* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat berpengaruh langsung terhadap *customer loyalty* ?
4. Apakah *relate* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat berpengaruh langsung terhadap *customer loyalty* ?
5. Apakah *customer satisfaction* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat berpengaruh langsung terhadap *customer loyalty* ?
6. Apakah *sense* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat berpengaruh secara tidak langsung terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* ?
7. Apakah *relate* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat berpengaruh secara tidak langsung terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* ?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh langsung dari *sense* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat terhadap *customer satisfaction*.
2. Untuk menganalisis pengaruh langsung dari *relate* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat terhadap *customer satisfaction*.
3. Untuk menganalisis pengaruh langsung dari *sense* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat terhadap *customer loyalty*.
4. Untuk menganalisis pengaruh langsung dari *relate* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat terhadap *customer loyalty*.
5. Untuk menganalisis pengaruh langsung dari *customer satisfaction* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat terhadap *customer loyalty*.
6. Untuk menganalisis pengaruh tidak langsung dari *sense* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.
7. Untuk menganalisis pengaruh tidak langsung dari *relate* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi banyak pihak baik, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terhadap *customer experience* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* yang dilakukan J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat.

#### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi bagi berbagai pihak, antara lain hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi J.CO Donuts & Coffee Lippo Mall Puri, Jakarta Barat dalam usahanya mengembangkan strategi pemasaran dan meningkatkan *customer experience* agar dapat menimbulkan *customer satisfaction* yang nantinya menciptakan *customer loyalty*.