

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dalam produksi komoditi yang bersumber dari kekayaan alam, termasuk sektor pertanian baik pangan maupun non pangan. Sebagai negara agraris, pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia dipengaruhi oleh pertumbuhan sektor pertanian. Perkebunan merupakan salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Salah satu komoditas potensial hasil perkebunan yang berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia adalah kopi. Kopi menjadi komoditas yang potensial untuk dikembangkan karena terjadi peningkatan kebutuhan terhadap kopi baik di dalam maupun di luar negeri. Hal ini terlihat dari jumlah konsumsi kopi yang meningkat setiap tahunnya baik di dalam maupun luar negeri.

Kopi sejak dahulu identik diminum dan dipercaya dapat menghilangkan kantuk. Banyak orang karena alasan tersebut suka minum kopi pada saat ingin bergadang atau saat sekedar berkumpul bersama teman-teman. Setiap orang mempunyai cara yang berbeda beda untuk menikmati kopi. Cara tersebut dapat dengan memilih tempat *coffeshop* dengan pelayanan baik, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah mengunjungi *coffeshop* tersebut.

Meningkatnya konsumsi kopi dan perubahan gaya hidup masyarakat mengakibatkan berkembangnya industri kopi di Indonesia. Perkembangan *coffeshop* modern ini dapat terlihat di pusat-pusat perkotaan karena penduduk perkotaan memiliki sikap konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk pedesaan. Berbagai macam *coffeshop* dapat kita temukan di berbagai pusat perbelanjaan.

coffeshop merupakan satu usaha yang bersaing dalam industri minuman kopi. Pertumbuhan jumlah kopi di sekitar lokasi *coffeshop* dan di pusat perbelanjaan lainnya mengakibatkan terjadinya peningkatan kebebasan konsumen memilih *coffeshop* yang terbaik sehingga persaingan antara Kopi Kenangan dan yang lainnya akan meningkat. Oleh karena itu, penting bagi *coffeshop* untuk menemukan cara agar perusahaan dapat mempertahankan konsumen dan bertahan dalam persaingan.

Salah satu cara yang dapat dilakukan pihak *coffeshop* yaitu berusaha memberikan produk dan layanan yang terbaik agar dapat mempertahankan konsumen, mendapatkan konsumen baru, dan menciptakan loyalitas konsumen. Dengan demikian, *coffeshop* diharapkan tidak mengalami penurunan konsumen.

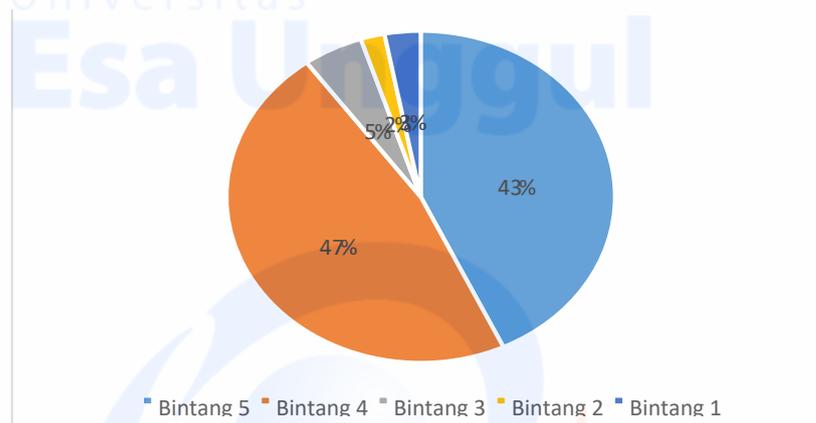
Mengetahui hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen merupakan langkah yang penting untuk dilakukan.

Namun dengan munculnya banyak *coffeshop*, maka para pemilik *coffeshop*

akan berusaha membuat konsumennya untuk memiliki rasa ingin berkunjung kembali ke *caffeshop* yang mereka miliki. Kepuasan pelanggan sendiri menjadi faktor penting dalam melakukan sebuah usaha terutama pada industri makanan dan minuman. Jika konsumen merasa puas karena mutu pelayanan yang baik, ia akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang. Serta pelanggan yang merasa puas juga akan cenderung menyatakan hal-hal baik tentang organisasi pemberi layanan tersebut kepada orang lain.

Saat ini, sudah tidak sulit untuk menemukan berbagai menu kopi kekinian dengan bahan dasar bermacam-macam biji kopi yang enak. Untuk konsumen yang menyukai kopi, ada beberapa menu kopi terenak yang juga kekinian seperti *coffe Fore*, kopi janji jiwa dan kopi kenangan.

Kopi kenangan adalah merk retail kopi yang memiliki tingkat pertumbuhan yang paling pesat di Indonesia, Kopi Kenangan juga mendapat tambahan dana 112 miliar Rupiah pada Oktober 2018 dari Alpha JWC Venture. Pada saat ini, Kopi Kenangan kembali mendapat injeksi modal dari Sequoia India senilai sekitar 288 miliar rupiah. Dari dana tersebut, Kopi Kenangan berencana untuk melakukan ekspansi dengan lebih agresif lagi. Saat ini saja jumlah gerai Kopi Kenangan sudah mencapai 80 gerai yang tersebar di delapan kota yang rata-rata bisa menjual satu juta cangkir per bulan. Jika dibandingkan dengan posisi Oktober 2018, yang baru saja ada 16 gerai dan hanya bisa menjual rata-rata 175.000 cup per bulannya. Sedangkan sampai akhir tahun ini, kedai kopi yang terpopuler dengan nama Kopi Kenangan diharapkan bisa mencapai 150 gerai dan sampai 2021 bisa tembus 1.000 gerai. Hal tersebut dikarenakan belum ada rantai usaha kopi yang besar dan terjangkau dengan cita rasa lokal. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dilihat industri kedai kopi di Indonesia dapat dibilang sangat *lucrative*.



(sumber: Aplikasi Zomato pada 22 Oktober 2019)

Gambar 1.1. Rekapitulasi Review Kopi Kenangan

Berdasarkan penilaian tinjauan dari 173 konsumen yang dilansir pada aplikasi Zomato pada Kopi Kenangan. Kopi kenangan mendapatkan Skor 4.1 dari 5 poin dengan rincian tinjauan seperti pada Gambar 1.2. Pada presentase pertama sebesar 47% untuk penilaian terhadap harga yang rata-rata para konsumen memberikan bintang 5, pada presentase kedua sebesar 43% untuk penilaian terhadap rasa kopi kenangan yang rata-rata para onsumen memeberikan bintang 4, pada presentase ketiga sebesar 5% untuk penilaian terhadap *service quality* yang rata-rata para

konsumen memberikan bintang 3, pada presentase keempat sebesar 3% untuk penilaian terhadap *store atmosphere* yang rata-rata para konsumen memeberikan bintang 2, pada presentase kelima sebesar 2% untuk penilaian terhadap tidak ingin merekomendasikan kepada teman yang rata-rata para konsumen memeberikan bintang 1. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan sudah cukup puas dengan pelayanan dan produk yang dimiliki oleh Kopi Kenangan *The Breeze* BSD.

Seperti yang telah dibahas diatas, keberhasilan suatu kedai kopi juga dilihat dari kepuasan pelanggan, dalam hal ini pelanggan yang puas memiliki pemikiran untuk niatan kembali untuk berkunjung dalam acara tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam suatu acara. Kepuasan pelanggan sendiri menjadi faktor penting dalam melakukan sebuah usaha. Jika perusahaan berhasil memberikan kepuasan pelanggan yang baik kepada pelanggan maka, ada kemungkinan pelanggan tersebut datang kembali. Kepuasan pelanggan untuk mendukung pelanggan dalam melakukan kunjungan ulang adalah sangat beragam, banyak sekali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam menilai suatu tempat memiliki kualitas yang baik atau tidak, dan melakukan keputusan untuk melakukan kunjungan ulang atau tidak pada tempat tersebut. Faktor-faktor tersebut adalah : *responsiveness, empathy, assurance, reliability, dan tangible*. Maka jika kelima faktor tersebut dapat dipenuhi maka diharapkan konsumen menerima pelayanan yang baik dari perusahaan, maka perusahaan tersebut akan memperoleh citra positif dan melalui reputasi ini, perusahaan akan memperoleh kesempatan untuk memperluas pangsa pasarnya dan juga dapat menetapkan harga yang lebih tinggi. Hal ini akan memberikan efek yang baik pada penjualan dan juga pada profit.

Dengan kata lain atribut *coffehop* adalah kepribadian sebuah *coffeshop*. Kepribadian atau atribut *coffeshop* yang dapat digambarkan melalui *store atmosphere* ditujukan untuk mempengaruhi penggambaran dan yang dirasakan oleh konsumen terhadap *coffeshop* tersebut. Peneliti melakukan pra survey berdasarkan *store atmosphere* sebagai berikut :

Tabel 1.1. Pra Survey mengenai *Store Atmosphere*

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah “Kopi Kenangan” <i>The Breeze</i> , BSD City memiliki penampilan luar yang menarik sehingga membuat anda tertarik untuk berkunjung?	15%	85%
2	Apakah desain dan tata ruang “Kopi Kenangan” <i>The Breeze</i> , BSD City baik sehingga membuat anda merasa nyaman saat berkunjung?	20%	80%

Sumber : Data Diolah Peneliti , 2019

Berdasarkan tabel 1.1. Pernyataan dari pertanyaan No.1 adalah data yang diambil berdasarkan keterangan dari 20 responden yang merupakan konsumen “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City yang menunjukkan 3 responden (15%) merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City memiliki penampilan yang menarik dikarenakan penampilan luar kopi kenangan yang biasa saja jika dibandingkan dengan tempat kopi lainnya sedangkan 17 responden (85%) merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City tidak memiliki penampilan luar yang menarik. Pernyataan dari pertanyaan No.2 adalah data yang diambil berdasarkan keterangan dari 20 responden yang merupakan konsumen “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City yang menunjukkan 16 responden (80%) tidak merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City desain dan tata ruang yang menarik , alasan dari responden bervariasi yaitu 7 responden (35%) menjawab dikarenakan tidak adanya koneksi Wi-Fi , 2 responden (10%) dikarenakan tidak adanya *smoking area* , 5 responden (25%) dikarenakan tidak adanya tempat untuk melakukan *charging* dan 5 responden (25%) dikarenakan kurangnya kebersihan pada “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City . Sedangkan 4 responden (20%) merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City memiliki desain dan tata ruang yang baik . Selain itu, Peneliti melakukan pra survey berdasarkan *service quality* sebagai berikut : \

Tabel 1.2. Pra Survey mengenai *Service Quality*

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah pelayan pada “Kopi Kenangan” <i>The Breeze</i> , BSD City memberikan pelayanan dengan tepat waktu ?	20%	80%
2	Apakah pelayan pada “Kopi Kenangan” <i>The Breeze</i> , BSD City memberikan pelayanan dan perhatian sesuai dengan kebutuhan anda ?	25%	75%

Sumber : Data Diolah Peneliti , 2019

Berdasarkan tabel 1.2. Pernyataan dari pertanyaan No.1 adalah data yang diambil berdasarkan keterangan dari 20 responden yang merupakan konsumen “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City yang menunjukkan 16 responden (80%) tidak merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City tidak memiliki pelayanan yang tepat waktu di karenakan alasan dari responden yang bervariasi yaitu 3 responden (15%) menjawab ramai dan 1 responden (5%) dikarenakan lamanya antrian pada “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City. Sedangkan 4 responden (20%) merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City memiliki pelayanan yang tepat waktu. Pernyataan dari pertanyaan No.2 adalah data yang diambil berdasarkan keterangan dari 20 responden yang merupakan konsumen “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City yang menunjukkan 15 responden (75%) tidak merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City memberikan pelayanan dan perhatian sesuai dengan kebutuhannya, dengan alasan dari responden bervariasi yaitu 1 responden (5%) menjawab dikarenakan tidak adanya tempat kosong, 1 responden (5%) dikarenakan salah ukuran pada minuman sering terjadi, 1 responden (5%) dikarenakan ramainya tempat pada “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City. Sedangkan 5 responden (25%) merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City memiliki pelayanan dan perhatian sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, Peneliti melakukan pra survey berdasarkan Harga sebagai berikut :

Tabel 1.3. Pra Survey mengenai Harga

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah harga untuk produk yang ditawarkan pada “Kopi Kenangan” <i>The Breeze</i> , BSD City sudah terjangkau oleh anda ?	30%	70%
2	Apakah harga untuk produk yang ditawarkan pada “Kopi Kenangan” <i>The Breeze</i> , BSD City sesuai dengan yang anda dapatkan ?	25%	75%

Sumber : data diolah peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 1.3. Pernyataan dari pertanyaan No.1 adalah data yang diambil berdasarkan keterangan dari 20 responden yang merupakan konsumen “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City yang menunjukkan 13 responden (70%) tidak merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City harga untuk produk yang ditawarkan tidak terjangkau, alasan dari responden bervariasi yaitu 2 responden (10%) menjawab dikarenakan harga mahal “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City sedangkan 7 responden (30%) merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City sudah memiliki harga untuk produk yang ditawarkan sudah terjangkau. Pernyataan dari pertanyaan No.2 adalah data yang diambil berdasarkan keterangan

dari 20 responden yang merupakan konsumen “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City yang menunjukkan 15 responden

(75%) tidak merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City harga untuk produk yang di tawarkan sesuai dengan apa yang didapatkan, alasan dari responden bervariasi yaitu 1 responden(5%) menjawab dikarenakan biasa saja , 1 responden (5%) dikarenakan mahal dan 1 responden (5%) dikarenakan tidak adanya WI-FI pada “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City . Sedangkan 5 responden (25%) merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City memiliki harga untuk produk yang di tawarkan sesuai dengan apa yang didapatkan. Selain itu, Peneliti melakukan pra survey berdasarkan *Revisit Intention* sebagai berikut :

Tabel 1.4. Pra Survey mengenai *Revisit Intention*

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah <i>image</i> gerai “Kopi Kenangan” <i>The Breeze</i> , BSD City sudah cukup baik menurut perspektif anda ?	25%	75%
2	Apakah anda ingin merekomendasikan “Kopi Kenangan” <i>The Breeze</i> , BSD City kepada orang lain?	25%	75%

Berdasarkan tabel 1.4.

Pernyataan dari pertanyaan No.1 adalah data yang diambil berdasarkan keterangan dari 20 responden yang merupakan konsumen “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City yang menunjukkan 15 responden (75%) tidak merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City *image* sudah cukup baik, alasan dari responden bervariasi yaitu 1 responden (5%) menjawab dikarenakan tidak sesuai standar sedangkan 5 responden (25%) merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City *image* sudah cukup baik. Pernyataan dari pertanyaan No.2 adalah data yang diambil berdasarkan keterangan dari 20 responden yang merupakan konsumen “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City yang menunjukkan 15 responden (75%) tidak merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City merekomendasikan kepada orang lain alasan dari responden bervariasi yaitu 1 responden (5%) menjawab dikarenakan tidak cukup baik dan 1 responden (5%) dikarenakan biasa saja pada “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City . Sedangkan 5 responden (25%) merasa “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City merekomendasikan kepada orang lain alasan dari responden yaitu 1 responden (5%) dikarenakan banyaknya *chaback* pada “Kopi Kenangan” *The Breeze* BSD City.

Dari data diatas *Service Quality* , *Store Atmosphere* , Harga dan *Revisit Intention* yang diberikan Kopi Kenangan di wilayah *The Breeze* BSD City masih belum mampu memberikan pelayanan yang sesuai oleh para konsumen. secara keseluruhan, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Pengaruh *Service Quality* , *Store Atmosphere* dan Harga terhadap *Revisit Intention* pada Kopi Kenangan ”. (Studi kasus *The Breeze* Bsd City).

1.2 Identifikasi Masalah

1. Sebagian besar konsumen “Kopi Kenangan” *The Breeze*, BSD City tidak memiliki penampilan luar yang menarik sehingga membuat konsumen tidak tertarik untuk berkunjung.
2. Sebagian besar pelanggan menilai desain dan tata ruang “Kopi Kenangan” *The Breeze*, BSD City tidak baik sehingga membuat para pelanggan merasa kurang nyaman saat berkunjung.
3. Banyaknya pelanggan tidak merasa pelayan pada “Kopi Kenangan” *The Breeze*, BSD City memberikan pelayanan dengan tepat waktu .
4. Banyaknya pelanggan tidak merasa pelayan pada “Kopi Kenangan” *The Breeze*, BSD City memberikan pelayanan dan perhatian sesuai dengan kebutuhan anda.
5. Sebagian besar pelanggan menilai harga untuk produk yang ditawarkan pada “Kopi Kenangan” *The Breeze*, BSD City kurang terjangkau oleh pelanggan.
6. Sebagian besar pelanggan untuk harga produk yang ditawarkan pada “Kopi Kenangan” *The Breeze*, BSD City tidak sesuai dengan yang di dapatkan oleh pelanggan.
7. Banyaknya pelanggan menilai *image* gerai “Kopi Kenangan” *The Breeze*, BSD City kurang cukup baik menurut perspektif pelanggan.
8. Sebagian besar pelanggan kurang ingin merekomendasikan “Kopi Kenangan” *The Breeze*, BSD City kepada orang lain.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah pada penelitian digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan pada pokok permasalahan agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dengan penelitian ini adalah berfokus pada *Relationship Service Quality* (X_1), *Store Atmosphere*(X_2), *Harga*(X_3), *Revisit Intention* (Y) pada “Kopi Kenangan” *The Breeze*” *BSD CITY*.

1.4 Perumusan Masalah

Untuk mendorong keinginan pengunjung datang kembali maka sangatlah penting untuk membahas pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung dalam segi kualitas pelayanan diharapkan mampu untuk mendorong pengunjung sehingga akan datang kembali , maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh dari *Service Quality* terhadap *Revisit Intention* pada Gerai Kopi Kenangan ?
2. Apakah terdapat pengaruh dari *Store Atmosphere* terhadap *Revisit Intention* pada Gerai Kopi Kenangan ?

3. Apakah terdapat pengaruh dari Harga terhadap *Revisit Intention* pada Gerai Kopi Kenangan ?
4. Apakah terdapat pengaruh dari *Service Quality* ,*Store Atmosphere* dan Harga terhadap *Revisit Intention* pada Gerai Kopi Kenangan ?
5. Apakah Harga merupakan faktor dominan yang mempengaruhi *Revisit Intention* ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Service Quality* terhadap *Revisit Intention* pada Kopi Kenangan *The breeze* BSD City.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Revisit Intention* pada Kopi Kenangan *The breeze* BSD City.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga terhadap *Revisit Intention* pada Kopi Kenangan *The breeze* BSD City
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Service Quality* , *Store Atmosphere* dan harga pada Cafe Kopi Kenangan terhadap *Revisit Intention*.
5. Untuk mengetahui apakah Harga merupakan faktor dominan yang mempengaruhi *Revisit Intention*.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan didalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu dan memberikan masukan kepada management dalam memasarkan produk dan dapat memberikan nilai tambah pada pelayanannya untuk mengetahui bagaimana peran *Service Quality* , *Store Atmosphere* , dan Harga terhadap *Revisit Intention*.
2. Bagi Penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta berlatih berfikir kritis dan ilmiah khususnya pada permasalahan *store atmosphere* , *service quality* , harga dan *revisit intention*.
3. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bacaan, khususnya bagi pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis.
4. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang analisis pengaruh *Service Quality* , *Store Atmosphere* , dan Harga terhadap *Revisit Intention* Kopi Kenangan *The Breeze* BSD City.