

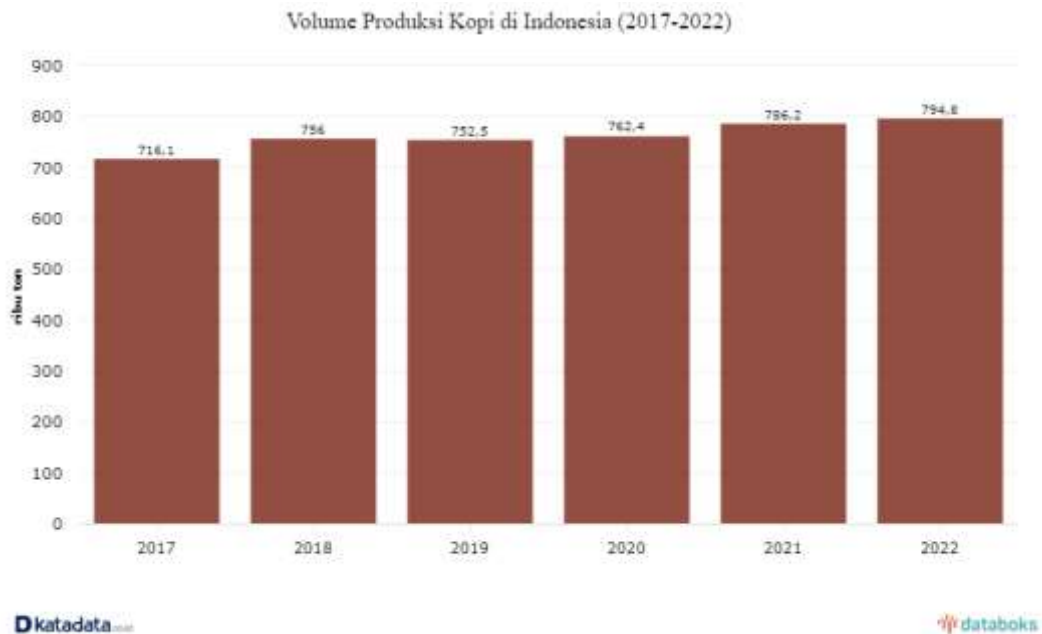
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis saat ini telah berkembang pesat dan semakin kompetitif, terutama dalam industri *Food and Beverage* (F&B). Fenomena ini terjadi karena banyaknya usaha kuliner baru yang bermunculan. Khususnya bisnis kedai kopi, gaya hidup dengan mengkonsumsi kopi yang semakin meningkat. Meningkatnya konsumsi kopi pada masyarakat membuat persaingan bisnis kopi juga semakin beragam untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Seringkali anak muda memilih kedai kopi sebagai tempat bertemu dengan seseorang, baik untuk berkumpul atau sekadar berbincang. Kedai kopi tidak hanya menawarkan kopi hitam klasik tetapi juga menyediakan kopi dengan tambahan susu, gula atau berbagai jenis rasa lainnya.

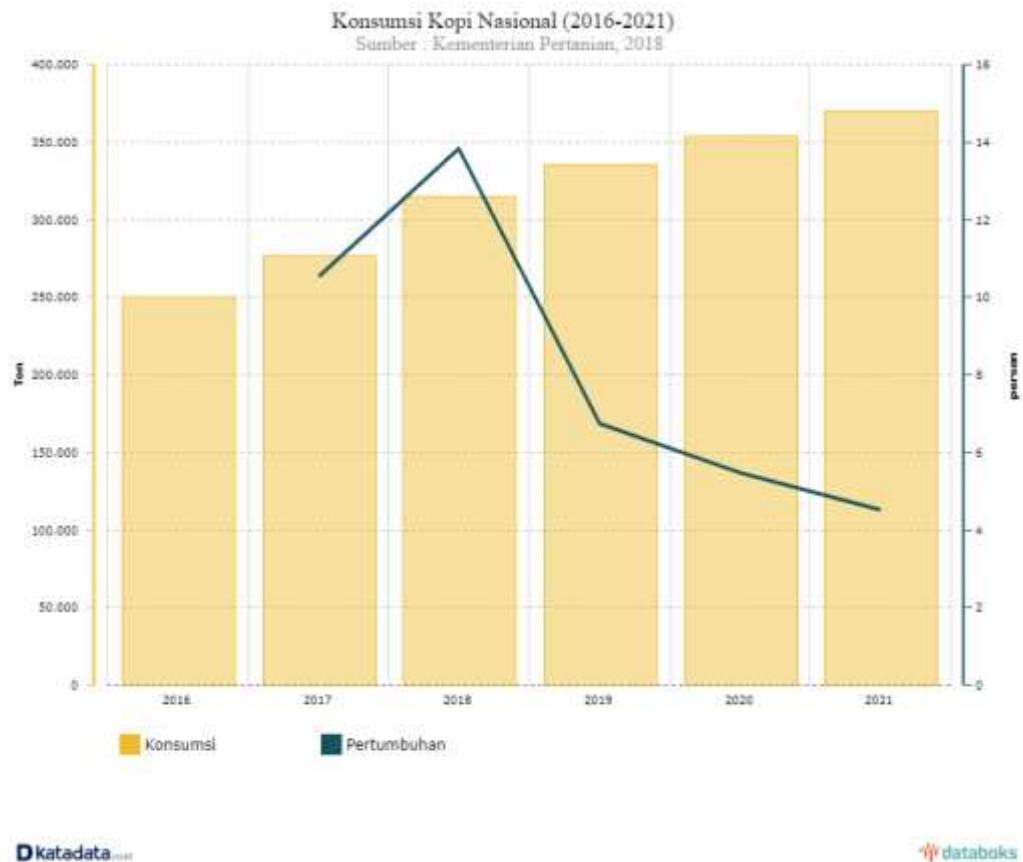
Kopi merupakan minuman yang sangat populer di seluruh Indonesia. Minuman kopi terbuat dari biji kopi yang berasal dari pohon kopi. Proses pembuatan kopi melibatkan langkah-langkah seperti pemilihan biji yang berkualitas, pemangganggan biji kopi, penggilingan dan penyeduhan air panas. Kopi dikenal karena memiliki aroma dan rasa yang khas. Kopi dapat dinikmati dalam berbagai cara, seperti espresso yang kental hingga sebagai minuman dingin yang menyegarkan. Kopi umumnya disukai oleh orang tua khususnya bapak-bapak, namun saat ini kopi telah menjadi minuman *favorite* bagi anak muda.



Gambar 1. 1 Volume Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2017-2022

(Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023)

Menurut Laporan Statistik Indonesia 2023 dari Badan Pusat Statistik (BPS) produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada 2022, mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Indonesia menempati peringkat ketiga sebagai produsen kopi terbesar di dunia dengan produksi total mencapai 11,85 juta kantong. Kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara dan pasar kopi global. Hal ini menciptakan sebuah *trend* dimana kopi tidak hanya dianggap sebagai minuman rutin, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman budaya yang semakin berkembang. Dengan demikian, konsumsi kopi di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hingga saat ini telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat sehari-hari.



Gambar 1. 2 Grafik Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021
(Sumber : databoks, 2021)

Berdasarkan gambar diatas menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi di Indonesia sepanjang periode 2016-2021 semakin meningkat. Pada tahun 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi pada 2021 sebanyak 370 ribu ton. Konsumsi kopi di Indonesia telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Faktor-faktor seperti urbanisasi, perubahan gaya hidup, dan perkembangan budaya kopi telah menjadi pendorong utama dalam meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap kopi. Karena adanya pergeseran gaya hidup dan *trend* khususnya di kalangan

anak muda. Hal ini dapat menjelaskan bahwa semakin banyak masyarakat Indonesia yang gemar akan datang atau mengunjungi kedai kopi. Munculnya tempat bisnis kedai kopi yang beragam di kalangan masyarakat berkaitan dengan adanya peningkatan pada konsumsi kopi. Kedai kopi pastinya memiliki tujuan untuk tetap tumbuh dan berkembang dengan upaya untuk dapat mempertahankan pelanggannya. Hal ini dapat dilakukan jika suatu bisnis melakukan peningkatan kualitas pelayanan dan produk atau jasa yang diberikan dapat sesuai dengan harapan pelanggan.

Setiap perusahaan dituntut untuk selalu memberikan pelayanan kepada konsumen agar merasa puas terhadap kualitas produk miliknya. Kepuasan merupakan tingkatan perasaan seorang sesudah menyamakan kinerja ataupun hasil yang dia rasakan dibanding dengan harapannya. Kotler dan Keller (2016:50) dalam Rubiyanti dan Fadli (2021) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan. Apabila kinerja yang diberikan melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya jika kinerja tidak sesuai dengan harapan, pelanggan merasa tidak puas (Diza, 2016:112 dalam Miati, 2019).

Menurut Sembiring (2013:3) dalam Riyadin (2019) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Sehingga kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi perusahaan karena

kualitas pelayanan akan menjadi penilaian konsumen apakah pelayanan yang diberikan memuaskan dan memenuhi keinginan atau belum.

Selain dengan kualitas pelayanan, suatu perusahaan dapat memberikan kepercayaan yang akan diberikan pada pelanggan. Kepercayaan dapat menghasilkan pelanggan yang puas dan cenderung kembali untuk menggunakan layanan atau produk di masa depan. Menurut Rofiq (2017) dalam Suparwati (2020) kepercayaan (*trust*) adalah pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kepercayaan pelanggan dapat diartikan jika pelanggan mengharapkan suatu pelayanan dan yang diterima pelanggan lebih dari apa yang telah diharapkan serta tetap menggunakan jasa atau layanan tersebut. Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Games (2020) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada barbershop Densiko Bukittinggi.

Setelah kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terbentuk maka akan menimbulkan loyalitas pada pelanggan. Loyalitas pelanggan menurut Hermanto (2019) adalah pengulangan kembali oleh konsumen untuk membeli produk atau pengulangan kunjungan untuk layanan yang didasari oleh kepuasan pada pengalaman transaksi pembelian sebelumnya. Loyalitas pelanggan merupakan kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara usaha dengan konsumennya (Yosepha, 2020:84).

Banyaknya kedai kopi kekinian di Surabaya diantaranya ada beberapa kedai kopi yang terkenal di kalangan masyarakat yaitu Kopi Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Kopi Kulo dan Kopi Fore. Setiap kedai kopi pastinya memiliki *signature* menu dan ciri khas rasa kopi yang berbeda antar pesaing sehingga menjadi persaingan yang cukup ketat bagi para pebisnis.

Salah satu kedai kopi lokal yaitu Kopi Janji Jiwa. Kedai Kopi Janji Jiwa merupakan brand lokal yang memiliki 900 jilid yang tersebar di lebih dari 100 kota seluruh Indonesia. Outlet Kopi Janji Jiwa yang biasa disebut “jilid” pertama kali beroperasi pada 15 Mei 2018 dan berlokasi di ITC Kuningan. Janji jiwa salah satunya kedai kopi lokal yang mendapatkan penghargaan dari MURI 2019 dan Top Brand Award di tahun 2021 dan 2022. Top Brand Award Kopi Janji Jiwa dan Jiwa Toast diberikan kepada Steven Sentosa selaku Presiden Direktur Marketing Group dan Billy Kurniawan selaku CEO dan Founder Jiwa Group.

Tabel 1. 1 Top Brand Award 2023 di Indonesia

Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
Kopi Kenangan	-	39.90	36.70	-	39.70
Janji Jiwa	-	29.80	39.50	38.30	39.50
Fore	-	5.10	6.40	6.50	7.50
Kulo	13.60	12.40	10.20	6.30	-

(Sumber : Top Brand Award 2023)

Berdasarkan tabel Top Brand Award diatas dapat dilihat bahwa kedai kopi janji jiwa menduduki posisi kedua dengan jumlah presentase 39.50%. Untuk posisi pertama yakni Kopi Kenangan dengan jumlah presentase 39.70%, lalu diikuti oleh Fore yang menempati posisi ketiga dengan jumlah presentase 7.50% dan posisi keempat yakni Kulo.

Sekarang ini jumlah cabang Kopi Janji Jiwa di Surabaya yakni 43 outlet (sumber surabayatravel.com). Kopi Janji Jiwa telah membuka banyak outlet seperti di Kawasan Kampus, Mall, atau Ruko-ruko sehingga mudah dijumpai oleh masyarakat Surabaya. Dengan adanya hal tersebut penelitian ini difokuskan pada salah satu outlet Kopi Janji Jiwa Jilid 358 yang berada di Jalan Rungkut Madya No.90-90A, Rungkut Kidul, Kec. Rungkut, Kota Surabaya, Jawa Timur. Lokasi terletak berada di sebelah jalan yang strategis.

Kopi Janji Jiwa menyediakan suasana tempat yang *cozy* dan pas untuk bersantai, belajar dan bekerja sekalipun. Outlet Janji Jiwa Jilid 358 memiliki 2 lantai yakni untuk ruangan ber AC dan *outdoor* di lantai 2. Sehingga pelanggan dapat menikmati pelayanan barista yang ramah dengan tempat yang cukup luas, bersih, suasananya pun tenang dan ruangan cukup dingin. Dengan slogannya “Kopi Dari Hati”, Kopi Janji Jiwa membuat konsumennya untuk menggunakan hati sehingga cita rasanya pun sampai ke hati para penikmatnya.

Kopi Janji Jiwa dikenal dengan minuman andalannya yaitu Es Kopi Susu. Kopi Janji Jiwa juga memiliki berbagai varian menu *coffe* dan *non-coffe* yang nikmat dan berkualitas. Kisaran harga yang ditawarkan kedai Kopi Janji Jiwa mulai dari Rp. 16.000 - Rp. 30.000. Dalam produk minuman ini, pelanggan

diberikan kebebasan untuk menyesuaikan kandungan gula dan *ice* dengan opsi *Less* (Sedikit) dan Normal sesuai keinginannya sendiri. Selain menyediakan varian menu kopi, Janji Jiwa juga menyediakan roti atau biasa disebut Jiwa Toast. Untuk kisaran harga Jiwa Toast mulai dari Rp. 25.000 - Rp. 38.000.

Pelanggan kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 358 dapat melakukan pembelian melalui 2 cara yaitu *online* dan *offline*. Apabila melalui *online* dapat melakukan pembelian pada aplikasi Grab, Gojek, Shopeefood, maupun aplikasi JIWA+ sendiri. Untuk pembelian secara *offline* atau pembelian ditempat dapat dilakukan mulai pukul 07.00 - 24.00.

Pada Kedai Janji Jiwa Jilid 358 Rungkut mempunyai permasalahan dari segi pelayanan yang mana dapat dilihat dalam ulasannya bahwa konsumen mengeluhkan fasilitas seperti wifi yang lambat, fasilitas seperti kursi dan meja terbatas, toilet kurang bersih, pelayanan yang kurang cepat dan tanggap, kurangnya kebersihan dan AC yang terlalu dingin dikeluhkan para konsumennya. Adanya permasalahan tersebut pada konsumen yang membeli saat berkunjung ke Kopi Janji Jiwa.

Hal tersebut berkaitan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aprileny, Rochim & Emarawati pada tahun (2022) bahwa penelitian ini menggunakan strategi penelitian asosiatif yang diukur dengan metode analisis jalur dengan SPSS 22.00. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa/siswi SMA Islam Al Azhar 4 Kemang Pratama, Bekasi. Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Harga dan kepercayaan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan tidak signifikan. Terdapat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yakni pada variabel bebas yang digunakan oleh penulis. Menggunakan objek penelitian yang berbeda. Metode yang digunakan SEM-PLS dengan analisis jalur serta untuk populasinya belum diketahui (*unknown population*). Serta ditunjang dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Mahsyar (2020) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Kuningan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Ningrum (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Gojek di Kota Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di atas, penulis memilih Kopi Janji Jiwa sebagai objek penelitian berdasarkan survei secara langsung dengan pertimbangan penulis dalam menjabarkan keunikan yang ada di tempat tersebut. Maka kajian penelitian penulis berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa Rungtut Surabaya)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya ?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya ?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya ?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya ?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi untuk pengembangan penelitian khususnya dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan yang dapat memberikan kontribusi untuk menambah pengetahuan bagi pembaca.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, masukan, dan saran yang bermanfaat bagi perusahaan agar kedepannya dapat mengevaluasi kinerja karyawannya terkait dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui

kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya.