

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Keberadaan kedai kopi atau *Coffee Shop* sebagai fenomena kultural yang berada di hidup kalangan remaja telah menjadi sarana publik untuk berinteraksi dan berdiskusi antar seseorang yang dimana sekarang menjadi berkembang menjadi tempat berkumpulnya para kalangan remaja dalam melakukan aktivitas kesehariannya dengan latar belakang pengguna yang berbeda-beda. Namun, eksistensi kemunculan kedai kopi atau *Coffee Shop* saat ini bukan hanya sekedar tempat untuk menikmati kopi, akan tetapi memiliki beragam fungsi yakni sebagai tempat nongkrong, tempat menikmati makan dan minum, tempat berkumpul dengan sahabat dan kerabat, tempat berdiskusi dan bersendu gurau dalam diskusi ringan, penyelesaian urusan kerja atau bisnis yang tidak dapat diselesaikan di kantor, serta beragam aktivitas lainnya (Olifia *et. al.*, 2022).

Menurut Aryani *et. al.*, (2022) menyebutkan bahwa kedai kopi atau *Coffee Shop* merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana yang santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik baik lewat speaker ataupun *Live Music*, desain interior yang khas, pelayanan yang ramah, dan beberapa tempat yang menyediakan koneksi internet atau *Wi-Fi*. Berdasarkan pengertian para ahli dan sumber yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kedai kopi atau *Coffee Shop* merupakan salah satu tempat usaha kekinian yang banyak diminati oleh banyak kalangan dari muda hingga dewasa yang menyediakan bermacam-macam produk makanan dan minuman yang bervariasi dan tidak hanya terpaku dengan kopi saja. Namun disisi lain *Coffee Shop* atau keda kopi sudah banyak memajukan

pelayanan serta memberikan fasilitas yang terbaik, dan tempat serta suasana yang nyaman. Menurut Sahro Manajer Marketing *Coffee Bean & Tea Leaf* dalam Herlyana yang dikutip dalam jurnal Fauzan *et. al.*, (2023) saat ini terdapat perubahan dari mereka yang mungkin terbiasa untuk menikmati kopi di hotel yang berbintang kini sebagian besar mulai beralih ke kedai kopi atau *Coffee Shop*. Hal inilah yang menyebabkan para konsumen berpindah tempat untuk menikmati kopi di kedai kopi, dikarenakan kedai kopi cenderung lebih bebas, dan suasana dari tempat kedai kopi tersebut cenderung dibuat seperti berada di rumah sendiri.

*Coffee shop* merupakan salah satu bidang suatu usaha yang dituntut untuk menciptakan kualitas pelayanan yang tinggi. Menurut Putra dan Suasana, (2022) kualitas yang baik diharapkan bisa mendapatkan kepuasan konsumen bagi perusahaan tersebut. Setiap *coffee shop* berusaha untuk menawarkan produk dengan memberikan kelebihan dari *coffee shop* itu sendiri dan juga memberikan pelayanan terbaik untuk menarik minat dari konsumen.

Konsumen yang merasa puas dengan produk atau jasa yang diterima akan membandingkan pelayan yang diberikan dengan pelayanan perusahaan lain. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah salah satu elemen penting dalam peningkatan tujuan dari perusahaan tersebut. Apabila konsumen merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama, oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya kepuasan pelayanan konsumen secara lebih maksimal melalui kualitas pelayanan.

Pelaku bisnis saat ini harus dituntut juga untuk menciptakan kepuasan kepada konsumen, karena kepuasan adalah hal yang sangat penting guna

perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Menurut Darno dan Yosepha, (2022) kepuasan konsumen merupakan sebuah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan suatu kinerja atau hasil yang sudah diharapkan. Kepuasan konsumen itu sendiri merupakan salah satu faktor penting dalam suatu bisnis, hal ini dikarenakan konsumen yang puas akan kembali untuk membeli produk atau layanan yang sama, memberikan informasi bagus kepada orang lain, dan dapat membangun citra positif bagi merk itu sendiri atau perusahaan.

Kinerja dari suatu produk atau jasa yang lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen merasa tidak puas, sebaliknya jika kinerja dari suatu produk atau jasa sesuai dari apa yang diharapkan maka konsumen merasa puas (*Satisfied*), dan apabila kinerja suatu produk atau jasa melebihi yang diharapkan maka konsumen merasa sangat puas (*Delighted*) (Deccasari dan Amin, 2021). Kategori dari kepuasan konsumen dapat dinilai dari rasa puasnya terhadap harga produk, kualitas produk (terdiri dari warna, rasa, aroma, dan kebersihan), dan juga kualitas pelayanan yang sudah diberikan. Rasa puas dari konsumen dapat mewujudkan kesetiaan atau loyalitas terhadap suatu produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Adanya kepuasan konsumen dapat munculnya loyalitas kepada konsumen. Loyalitas konsumen merupakan komitmen yang dipegang oleh konsumen secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali suatu produk atau jasa yang disukai pada masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan konsumen beralih (Rojiana dan Sari, 2018). Menurut Effendy *et. al.*, (2021) konsumen setia merupakan pelanggan yang sangat senang dengan suatu

produk atau layanan tertentu sehingga mereka memiliki energi untuk memperkenalkan kepada siapa pun yang mereka kenal.

Tingkatan loyalitas konsumen dapat diurutkan mulai dari konsumen yang setia pada produk, konsumen yang menyukai merk, konsumen yang merasa puas atas pelayanan dan produk, konsumen yang sudah terbiasa, dan konsumen yang berpindah-pindah. Menurut Mujito *et. al.*, (2019) yakni konsumen yang loyal tidak dapat diukur dari berapa banyak yang sudah dibeli akan tetapi dari berapa sering dia melakukan pembelian secara ulang, termasuk merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk tersebut. Loyalitas konsumen sangat berpengaruh bagi perusahaan dikarenakan dianggap sebagai salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Widyasafitri, 2020).

Janji Jiwa merupakan kedai kopi di Indonesia milik PT. Luna Boga Narayan yang didirikan oleh Billy Kurniawan. Kedai ini berdiri pada tahun 2018 dan berkembang seiring berjalannya waktu. Janji Jiwa menyajikan beberapa pilihan kopi lokal Indonesia dengan membawa konsep *Fresh to Cup*. Pada tahun 2019 kopi Janji Jiwa meraih penghargaan MURI (Museum Rekor-Dunia Indonesia) dengan rekor “Pertumbuhan kedai kopi tercepat dalam satu tahun”. Pada tahun 2020 dan 2021 Janji Jiwa mendapatkan penghargaan *Top Brand*. Ditahun selanjutnya pada 2022-2023 Janji Jiwa kembali mendapat penghargaan *Brand of The Year* dari *Word Branding Awards* (WBA) untuk dua ketegori yakni *Retailer Coffee* untuk Janji Jiwa dan *Café Chain* untuk Jiwa Toast.

Janji Jiwa 213 yang berada di Gressmall memiliki beberapa varian menu andalan yang dinamai dengan menu *Kopi Signature* (*Kopi Susu, Americano, Latte, Double Iced Shaken Flavoured Latte, dan Caramel Macchiato*). Menu pada varian

minuman memiliki beberapa macam antara lain Teh (Teh *Earl Grey*, *Brown Sugar Earl Grey Milk Tea*, dll), Soklat (Susu Soklat, *Hazelnut Choco*, dan *Milo Macchiato*) dan Kopi memiliki 2 varian yaitu tanpa kopi (*Cookies N Cream*, *Matcha Latte*, *Matcha Hazelnut Latte*, dll) dan memakai kopi dengan kreasi lokal (Kopi Pokat, Kopi Pokat Soklat, Kopi Milo, dll). Pilihan topping untuk minumannya cukup beragam diantaranya *Extra Shot*, *Coffe Jelly*, dan Cincau. Selain itu untuk gula dan ice pada minumannya juga memiliki beberapa pilihan seperti normal, *Less Sugar* (sedikit gula), dan *Non Sugar* (tidak menggunakan gula) sehingga konsumen dapat mengatur pilihannya sesuai keinginannya.

Konsumen dapat melakukan pembelian terhadap produk makanan dan minuman Janji Jiwa 213 melalui dua macam pembelian yaitu pembelian *Online* dan pembelian *offline*. Pembelian *online* dapat melalui aplikasi dari Gojek, Grab, Shopeefood, dan juga bisa melakukan pembelian melalui aplikasi resmi dari Janji Jiwa yang bernama Jiwa+. Pada pembelian *offline* bisa langsung ke outletnya langsung dan jam buka atau jam operasionalnya mulai pukul 10.00 – 22.00 WIB. Untuk harga yang ditawarkan oleh Janji Jiwa 213 mulai dari harga Rp 16.000,- ke atas dan biasanya mengadakan promo dengan memasukkan kode pembelian agar mendapat potongan langsung.



Gambar 1.1 *Review* Konsumen (1) Janji Jiwa 213 Gressmall



Gambar 1.2 *Review* Konsumen (2) Janji Jiwa 213 Gressmall

Jika dilihat dari ulasan atau *review* diatas, pada gambar 1.1 dan gambar 1.2 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di Janji Jiwa 213 Gressmall Gresik sangat memuaskan. Pelayan yang ramah dan profesional memberikan pelayanan yang cepat dan penuh perhatian, memastikan setiap pelanggan merasa dihargai. Kepuasan konsumen terlihat dari respon positif mereka terhadap rasa kopi yang nikmat dan suasana yang nyaman, menjadikan Janji Jiwa pilihan utama untuk pengalaman kopi yang menyenangkan. Dari kedua ulasan tersebut dapat diketahui bahwa kesesuaian terhadap salah satu konsistensi yang junjung oleh janji jiwa yakni “Memberikan pelayanan terbaik dan produk yang berkualitas”.

Dari uraian latar belakang tersebut, penelitian ini mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Janji Jiwa 213 Gressmall Gresik)**” yang mana hal ini dilakukan untuk menjadi bahan evaluasi agar dapat mempertahankan konsumen dan pangsa pasar.

## 1.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengenai perilaku konsumen serta tingkat kepuasan konsumen untuk mencapai target penjualan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan uraian diatas, maka beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana karakteristik konsumen di Janji Jiwa 213 Gressmall Gresik?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Janji Jiwa 213 Gressmall Gresik?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Janji Jiwa 213 Gressmall Gresik?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka dapat diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen yang berkunjung di Janji Jiwa 213 Gressmall Gresik.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Janji Jiwa 213 Gressmall Gresik.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Janji Jiwa 213 Gressmall Gresik.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **a. Bagi Mahasiswa**

Pada penyusunan skripsi ini bisa dijadikan untuk menambah wawasan pengetahuan dan bisa dijadikan bahan untuk pengambilan keputusan apabila ada masalah yang akan datang.

#### **b. Bagi Perguruan Tinggi**

Penyusunan skripsi ini digunakan sebagai syarat dalam menyelesaikan studi S1 dan dapat memberikan referensi kepada mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian yang sama.

#### **c. Bagi Perusahaan**

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan sumber untuk mengetahui kualitas pelayanan sehingga kepuasan dan loyalitas konsumen dari Janji Jiwa 213 Gressmall Gresik dapat meningkat serta berkembang dalam target penjualan.