

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kopi di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian domestik dan menunjukkan tren positif. Indonesia adalah produsen kopi terbesar keempat di dunia, menyumbang 437.555 ton kopi pada tahun 2022. Sebagian besar produksi kopi di Indonesia adalah kopi Robusta dan beberapa jenis kopi seperti kopi Sidikalang Sumatera Utara, kopi Mandailing dan kopi Gayo Aceh (Winarno dan Darsono, 2019). Industri kopi berperan tidak hanya sebagai sumber devisa negara tetapi juga sebagai lapangan kerja bagi jutaan orang dalam sektor pertanian, pengolahan, distribusi, dan pemasaran. Industri ini juga berkontribusi pada sektor agroindustri dan konservasi sumber daya alam, meskipun menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga, perubahan iklim, dan masalah kualitas (Ditjenbun, 2020).

Kopi merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data produksi rata-rata tahun 2018-2022, lebih dari 98,14% produksi kopi nasional berasal dari sumbangan produksi Perkebunan Rakyat (PR), dengan sentra produksi di 6 (enam) provinsi yang secara kumulatif memberikan kontribusi sebesar 76,15% dari produksi kopi Indonesia. Provinsi sentra kopi meliputi Sumatera Selatan, Lampung, Sumatera Utara, Aceh, Bengkulu dan Jawa Timur sedangkan provinsi lainnya berkontribusi kurang dari 6% produksi kopi Indonesia, sentra produksi kopi di Indonesia tahun 2018-2022 secara rinci disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1 Perkembangan Produksi Kopi di Provinsi Indonesia 2018-2022

No.	Provinsi	Produksi (Ton)					Rata-rata produksi (Ton)
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	Sumatera Selatan	193.507	191.081	198.945	211.681	212.452	201.533
2.	Lampung	110.597	117.111	117.311	116.281	124.528	117.166
3.	Sumatera Utara	71.023	74.922	76.597	80.871	86.956	78.074
4.	Aceh	70.774	72.652	73.419	74.328	75.294	73.293
5.	Bengkulu	60.346	62.567	62.279	62.849	60.139	61.636
6.	Jawa Timur	64.529	49.157	45.279	45.914	45.812	50.138
	Lainnya	185.275	185.022	188.550	194.267	189.581	188.539
	Total	756.051	752.511	762.380	786.191	794.762	770.379

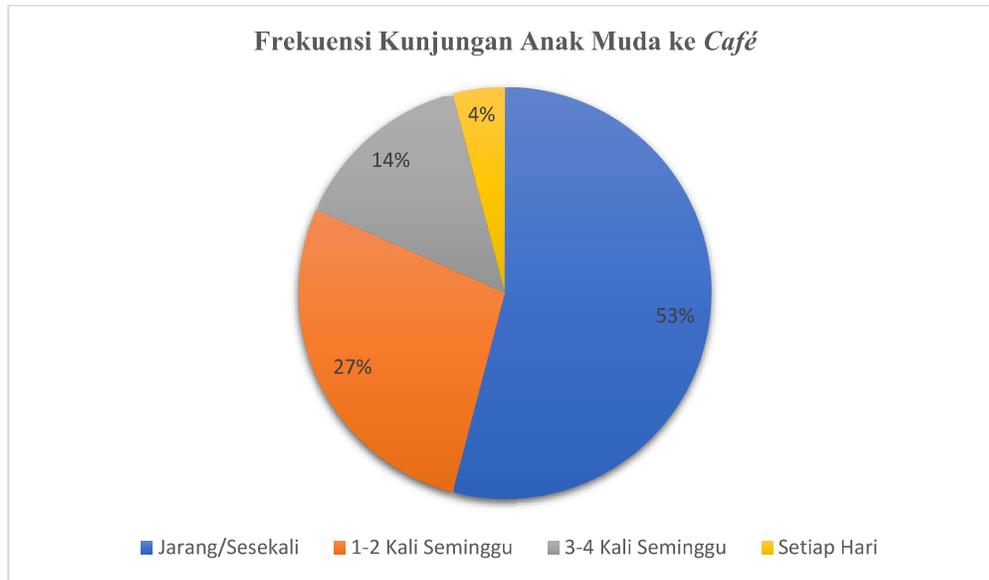
Sumber : Ditjen Perkebunan, diolah oleh Pusdatin

Pada tahun 2021, penghasil kopi Perkebunan Besar (PB) terbanyak terjadi di Provinsi Jawa Timur mencapai 45.914 ton atau sekitar 79,52% dari total produksi kopi PB diseluruh Indonesia. Sementara pada tahun 2022, penghasil kopi mayoritas berada di Provinsi Jawa Timur, mencapai 45.812 ton atau sekitar 85,15% dari keseluruhan produksi kopi PB di Indonesia. Potensi pasar kopi domestik masih menunjukkan tren positif. Data ini menunjukkan pentingnya industri kopi dalam perekonomian daerah dan nasional, serta kebutuhan untuk memahami lebih dalam tentang dinamika pasar kopi. Produksi kopi di Jawa Timur yang merupakan 15% dari total produksi kopi nasional ini menunjukkan peran penting provinsi ini dalam memasok kopi baik untuk konsumsi domestik maupun ekspor (Kementerian Pertanian, 2023).

Gerbangkertosusila yang terdiri dari Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan merupakan kawasan metropolitan terbesar

kedua setelah Jabodetabek. Wilayah ini meliputi Kabupaten Gresik, Mojokerto, Bangkalan, Lamongan, Sidoarjo, serta Kota Surabaya dan Mojokerto. Berdasarkan pendapat (Putra, 2022) sesuai dengan kebijakan pengembangan wilayah, telah ditetapkan klasifikasi zoning di mana Kota Surabaya difungsikan sebagai pusat kawasan, sementara wilayah lainnya seperti Sidoarjo, Gresik, Mojokerto, dan Bangkalan berperan sebagai wilayah penunjang kawasan pusat tersebut. Salah satu Kota yang menjadi bagian dari kawasan tersebut adalah Kota Mojokerto, yang dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan signifikan dalam bisnis *café*. Pesatnya pertumbuhan *coffee shop* di Kota Mojokerto mencerminkan tren gaya hidup modern yang semakin digemari masyarakat, khususnya generasi Z. Kota ini kini dipenuhi berbagai *café* dengan konsep menarik yang tidak hanya menawarkan kualitas produk, tetapi juga suasana nyaman untuk bersantai bersama teman (Sari *et al.*, 2023).

Mayoritas pengunjung *coffee shop* adalah golongan generasi Z yang terdiri dari pelajar hingga mahasiswa. Jumlah penduduk di kota Mojokerto tercatat 141,63 ribu jiwa data per 2024. Jumlah penduduk menurut umur di Kota Mojokerto pada Juni 2024 bersumber dari publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) Umur 15-19 tahun 11,6 ribu jiwa (8,19%), Umur 20-24 tahun 11,24 ribu jiwa (7,94%), Umur 25-29 tahun 10,6 ribu jiwa (7,48%), Umur 30-34 tahun 10,41 ribu jiwa (7,35%). Bisa disimpulkan jumlah Generasi Z di kota Mojokerto sebanyak 43,85 ribu jiwa.



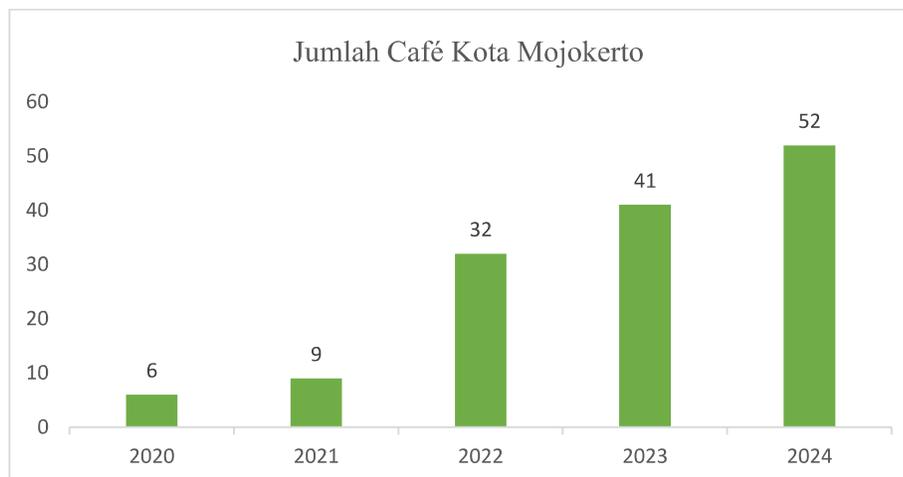
Gambar 1.1 Diagram Lingkaran Frekuensi Kunjungan Anak Muda ke *Café*
Sumber : Goodstats, 2024

Berdasarkan diagram lingkaran di atas, terlihat bahwa mayoritas responden (53%) mengaku jarang atau sesekali mengunjungi kedai kopi. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kopi menjadi minuman populer, namun tidak semua orang mengonsumsinya secara rutin di *café*. Sebanyak 27% responden mengunjungi kedai kopi 1-2 kali seminggu, menunjukkan adanya kelompok yang cukup sering menikmati kopi di luar rumah. Sementara itu, hanya 14% responden yang mengunjungi kedai kopi 3-4 kali seminggu, dan hanya 4% yang mengunjungi kedai kopi setiap hari. Data ini menunjukkan bahwa kedai kopi dijadikan tempat yang menarik untuk berkumpul dan bersantai setelah kegiatan sehari-hari.

Kedai kopi kini menjadi pelopor tren baru seiring dengan perubahan kebiasaan masyarakat, menawarkan berbagai manfaat untuk berbagai kalangan. Aktivitas minum kopi tidak lagi sekadar untuk mengusir kantuk, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Generasi Z sebagai salah satu kelompok utama penikmat kopi, menjadikan kebiasaan ini bagian dari keseharian mereka.

Banyak di antara mereka yang mengunjungi kedai kopi sebagai tempat untuk bersantai, berkumpul dengan teman, atau sekadar melepas penat dari rutinitas. Selain itu, kedai kopi juga dimanfaatkan sebagai lokasi alternatif untuk menyelesaikan pekerjaan atau tugas (Aprillia dan Mustofa, 2022). Dalam industri *café* yang kompetitif, pemilik *café* perlu memahami bagaimana lingkungan fisik dan kualitas produk dapat memengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Semakin berkembang dan bertambahnya pelaku bisnis di bidang *coffee shop* ini, maka semakin membuat produsen untuk dapat menciptakan differensiasi unik dan positioning yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Pemilik *café* berusaha untuk menciptakan keunggulan untuk mendorong produknya tetap bertahan didalam persaingan yang semakin ketat. Tidak hanya dilakukan untuk bertahan dari persaingan yang kompetitif tersebut, akan tetapi juga dilakukan agar perusahaan dapat berkembang di masa yang akan datang. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih baik untuk dapat bersaing dengan *coffee shop* lainnya. Menurut (Paradita *et al.*, 2020) hal penting yang harus dipedulikan oleh pelaku bisnis, adanya *store atmosphere* dapat memberikan kesan nyaman yang berdampak pada waktu berkunjung. Dengan adanya suasana yang nyaman dan menyenangkan dapat menciptakan kepuasan dalam benak konsumen sehingga konsumen akan merasa betah berlama-lama didalam *café* dan tertarik dengan produk yang di ditawarkan *café* tersebut. Bahkan, sering kali konsumen memutuskan untuk mengunjungi suatu *café* hanya karena mereka menyukai suasana tempat tersebut.



Gambar 1.2 Data Jumlah Gerai *Café* di Kota Mojokerto pada Tahun 2020-2024
Sumber : BPKPD Kota Mojokerto, 2024

Salah satu *coffee shop* yang ada di kota Mojokerto adalah Toko Kopi Bersaudara yang telah berkembang menjadi *café* populer di kalangan generasi Z. Lokasinya yang terletak di Jl. WR Supratman No.18, Mergelo, Kec. Magersari, Kota Mojokerto. Jam operasional dari Toko Kopi Bersaudara yaitu pukul 08.00 - 23.00 WIB. Toko Kopi Bersaudara pertama kali buka di tahun 2019 dan tetap eksis hingga saat ini meskipun tengah menghadapi persaingan ketat dari berbagai *coffee shop* yang semakin berkembang di Kota Mojokerto, bahkan masih menjadi pilihan bagi kalangan muda untuk berujung. Banyaknya pelanggan yang selalu ramai setiap harinya, terutama pada saat jam makan siang ketika tempat ini dipadati oleh para pekerja kantor dan di malam hari juga menjadi pilihan favorit bagi para Generasi Z di Mojokerto untuk berkumpul atau nongkrong bersama teman.

Toko Kopi Bersaudara juga menawarkan berbagai variasi menu, termasuk minuman kopi, teh, serta pilihan makanan berat dan ringan. Namun, *café* ini memiliki variasi dan ciri khas tersendiri dengan keunggulan utama pada minuman kopi. Mereka menyediakan beragam jenis kopi seperti Robusta dan Arabika. Beberapa jenis kopi dari biji mentah (*green bean*) kemudian di roasting mandiri di

café ini dan kita bisa melihat prosesnya sehingga menarik banyak konsumen untuk mencoba berbagai jenis kopi yang ditawarkan. *Café* tersebut juga menawarkan berbagai pilihan produk kopi berkualitas, termasuk filter *roasted coffee* dengan ukuran 100 Gr, 200 Gr, serta *espresso* dalam kemasan 1 Kg. Semua produk kopi tersebut dikemas dengan praktis menggunakan *pouch* yang memudahkan penyimpanan dan menjaga kualitas kopi. Toko Kopi Bersaudara memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang ingin menikmati kopi berkualitas kapan saja.

Beberapa faktor penentu dalam bisnis *café* juga ditunjang oleh lingkungan fisik, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Lingkungan fisik menjadi salah satu faktor yang mendorong seseorang untuk mengunjungi sebuah *café*. *Café* yang memiliki tema baru dan unik bisa menjadi pusat perhatian konsumen. Lingkungan fisik adalah usaha untuk mendesain suatu lingkungan tempat pembelian guna menumbuhkan emosi spesifik yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan pembelian konsumen, hal ini dapat memberikan kontribusi penting terhadap persepsi konsumen terkait kualitas produk dan layanan (Nguyen dan Nham, 2022).

Suatu bisnis *coffee shop*, harus memberikan kualitas yang lebih baik dari para pesaing di satu sisi dan di sisi lain, pelanggan akan selalu membandingkan antara harapan dan kualitas yang dirasakan atau yang diterima. Dalam penelitian (Lee *et al.*, 2018) dijelaskan bahwa dari beberapa indikator yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* dari konsumen *coffee*, salah satunya adalah *product quality*. Pelanggan puas apabila produk yang dikonsumsi berkualitas (Amin *et al.*, 2020). Kualitas produk adalah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, ketika produk memiliki kualitas yang baik, pelanggan akan merasa puas dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain (Jessica dan Utama, 2024).

Pada umumnya, kepuasan pelanggan berawal dari penilaian atau persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan berdasarkan harapan ataupun ekspektasi yang dipikirkannya. Penelitian yang mendukung juga diteliti oleh (Panday dan Nursal, 2021) menyatakan bahwa dalam sebuah pencapaian kepuasan pelanggan yang ada pada sebuah perusahaan dapat menjadikan dan menciptakan sebuah loyalitas dari pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat memberikan sebuah efek yang signifikan sehingga menjadikan sebuah perusahaan untuk tetap memberikan yang terbaik untuk pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai sebuah perilaku pelanggan dalam melakukan pembelian secara berulang atas suatu produk atau layanan (Yulita dan Hidajat, 2022). Pelanggan yang merasa puas dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk sehingga untuk jangka panjangnya, akan membawa citra yang baik bagi perusahaan. Kualitas produk yang baik dapat menciptakan sebuah kepuasan pelanggan yang semakin baik akan produk dan menjadi loyal akan perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, maka perlu dilakukan penelitian yang diharapkan dapat mengeksplorasi pengaruh lingkungan fisik dan kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan, serta memahami peran kepuasan sebagai mediasi dalam hubungan antara lingkungan fisik, kualitas produk, dan loyalitas konsumen. Untuk itu Penelitian yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Generasi Z di Toko Kopi Bersaudara Kota Mojokerto” perlu dilakukan untuk membantu mengidentifikasi area perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan *café* di pasar yang semakin kompetitif.

1.2. Rumusan Masalah

Pesatnya pertumbuhan *coffee shop* di Mojokerto mencerminkan tren gaya hidup modern yang semakin digemari masyarakat, khususnya anak muda. Kota ini kini dipenuhi berbagai *café* dengan konsep menarik yang tidak hanya menawarkan kualitas produk, tetapi juga suasana nyaman untuk bersantai bersama teman. Mayoritas pengunjung *coffee shop* adalah golongan generasi Z yang terdiri dari pelajar hingga mahasiswa. Jumlah Generasi Z di kota Mojokerto sebanyak 43%. Generasi Z sebagai salah satu kelompok utama penikmat kopi, menjadikan kebiasaan ini bagian dari keseharian mereka. Banyak di antara mereka yang mengunjungi kedai kopi sebagai tempat untuk bersantai, berkumpul dengan teman, atau sekadar melepas penat dari rutinitas. Selain itu, kedai kopi juga dimanfaatkan sebagai lokasi alternatif untuk menyelesaikan pekerjaan atau tugas.

Semakin berkembang dan bertambahnya pelaku bisnis di bidang *coffee shop* ini, maka semakin membuat produsen untuk dapat menciptakan differensiasi unik dan positioning yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih baik untuk dapat bersaing dengan *coffee shop* lainnya. Berikut adalah rumusan masalah untuk penelitian yang terkait dengan pengaruh lingkungan fisik, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen di Toko Kopi Bersaudara Mojokerto adalah :

1. Bagaimana karakteristik pelanggan Generasi Z yang mempengaruhi persepsi mereka terhadap lingkungan fisik dan kualitas produk di Toko Kopi Bersaudara?

2. Bagaimana lingkungan fisik dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Toko Kopi Bersaudara?
3. Bagaimana hubungan antar pengaruh lingkungan fisik dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi kepuasan pelanggan di Toko Kopi Bersaudara?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis karakteristik pelanggan Generasi Z yang mempengaruhi persepsi mereka terhadap lingkungan fisik dan kualitas produk di Toko Kopi Bersaudara?
2. Menganalisis pengaruh lingkungan fisik dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Toko Kopi Bersaudara?
3. Menganalisis hubungan antara pengaruh lingkungan fisik dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi kepuasan pelanggan di Toko Kopi Bersaudara?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Mahasiswa

Manfaat penelitian ini bagi mahasiswa yaitu dapat menambah wawasan serta pengalaman dalam proses bisnis yang dijalankan dalam suatu perusahaan dengan mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh lingkungan fisik dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen dimana penelitian ini termasuk penelitian yang meneliti tentang aspek pemasaran yang

telah diajarkan selama perkuliahan. Selain itu, penulis juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai sarana untuk pengaplikasian berbagai teori yang telah didapatkan selama duduk di bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan yaitu sebagai wadah kerjasama yang saling menguntungkan antara perguruan tinggi dengan perusahaan sebagai penyempurna dalam dunia bisnis nyata. Perusahaan juga dapat memperoleh masukan-masukan ataupun sumbangan pikiran hasil dari analisa para calon sarjana Agribisnis yang tentunya akan sangat bermanfaat bagi perusahaan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Manfaat penelitian ini bagi perguruan tinggi yaitu sebagai sarana pengenalan instansi pendidikan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan mengangkat konsep dan dasar penelitian yang serupa. Penulis juga berharap agar hasil dari penelitian ini mampu mendorong berkembangnya penelitian selanjutnya di bidang Agribisnis.