

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	96
2	Data Kuesioner.....	102
3	Pengujian Validitas Berdasarkan Loading Factor	105
4	Pengujian Validitas Berdasarkan Average Variance Extracted (AVE) 114.....	106
5	Pengujian Reliabilitas berdasarkan Composite Reliability (CR).....	107
6	Pengujian Reliabilitas berdasarkan Cronbach's Alpha (CA).....	108
7	Uji Path Coefficient & Signifikansi Pengaruh.....	109

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu hasil komoditas perkebunan yang bernilai tinggi diantara hasil hutan lainnya dan memiliki fungsi penting sebagai sumber devisa negara. Kopi adalah komoditas tropis utama yang diperdagangkan di dunia, dengan kontribusi setengah dari semua ekspor komoditas tropis lainnya. Kopi merupakan salah satu tipe minuman yang disukai oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia cenderung menghabiskan waktu luangnya di kedai kopi favorit mereka. Bersamaan dengan meningkatnya mobilitas serta gaya hidup di kota-kota besar Indonesia yang menjadikan perkembangan kedai kopi menjadi cukup pesat (Rahardjo, 2020).

Perubahan gaya hidup masyarakat terutama masyarakat perkotaan, yang cenderung konsumtif dan menyenangi produk instan mengakibatkan bertambahnya jumlah pengusaha yang menciptakan produk instan atau praktis guna memenuhi keinginan konsumen. Meningkatnya konsumsi kopi dan perubahan gaya hidup masyarakat menyebabkan mulai berkembangnya industri kedai kopi di Indonesia. Perkembangan kedai kopi modern ini dapat terlihat di pusat-pusat perkotaan karena penduduk perkotaan memiliki sikap konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk pedesaan (Adhani, 2021).

Aktivitas minum kopi di coffee shop sudah menjadi kebiasaan orang Indonesia, tidak hanya minum kopi, namun juga menjadi tujuan sebagian aktivitas tertentu, semacam berjumpa dengan klien, tempat sosialisasi, ataupun tempat belajar untuk golongan pelajar serta mahasiswa. Budaya minum kopi saat ini merupakan suatu tren baru yang timbul di berbagai golongan masyarakat.

(Hardiyanti dan Puspa, 2021). Meningkatnya permintaan terhadap kopi telah mendorong munculnya bermacam *brand*, *cafe*, serta *coffee shop* di kota-kota besar (Kurniawan, A dan Ridho, M, 2017).

Kedai kopi atau *coffee shop* adalah sebuah tempat yang menyediakan minuman seperti minuman *coffee*, *non coffee* dan makanan kecil. Saat ini, kedai kopi juga merupakan salah satu jenis restoran yang sedang berkembang cukup pesat di Kecamatan Cibinong. Hal tersebut didukung dengan munculnya beberapa *franchise* kedai kopi yang ada di Cibinong, diantaranya Starbucks, Janji Jiwa, Kulo, dan kedai kopi *franchise* lainnya. Tidak menutup kemungkinan, ada juga beberapa pelaku usaha bisnis yang memilih untuk membuka kedai kopi dengan memulai usahanya menggunakan *brand* sendiri. Jigana *Coffee Shop* dan Kedai Kopi Inspirasi merupakan kedai kopi yang ada di wilayah Cibinong dan memulai usahanya dengan menggunakan *brand* sendiri. Pengusaha kedai kopi tidak saja harus mampu menjual produk dan jasanya, tetapi juga harus mempunyai kemampuan untuk mengerti dan memahami selera konsumen karena konsumen merupakan salah satu penentu kelangsungan hidup suatu usaha, tanpa konsumen, perusahaan tidak punya tujuan untuk memasarkan barang atau jasanya (Rasmikayati *et al.*, 2020).

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Produk yang berkualitas dapat membuat perusahaan bersaing dengan pangsa pasar. Kualitas dalam sebuah produk adalah

kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas,

reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas suatu produk mengandung berbagai tujuan, baik itu tujuan produsen maupun tujuan konsumen. Kualitas produk merupakan suatu strategi penting dalam meningkatkan daya saing produk yang memberi kepuasan kepada konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Kotler dan Armstrong, 2014).

Peranan pelayanan sangat penting dalam era globalisasi sekarang ini, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang akan sangat dibutuhkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan dapat memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan yang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung (Tjiptono, 2012).

Berdasarkan informasi yang didapat dari USDA (FAS) dan jurnal *Enrichment: Journal of Multidisciplinary Research and Development* (2025), secara keseluruhan, konsumsi kopi di dalam negeri mengalami peningkatan yang signifikan. Sebagian besar kopi yang dikonsumsi oleh masyarakat adalah kopi yang telah diolah dan siap untuk dikonsumsi. Kopi olahan dapat berupa kopi dalam kemasan, gelas plastik, dan produk olahan kopi lainnya.

Tabel 1. 1 Konsumsi Olahan dalam Negeri Indonesia Tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah (ton)	Peningkatan (%)
2020	363.200	-
2021	373.700	2,9
2022	379.655	1,6
2023	372.600	-1,68
2024	368.000	-1,2

Sumber: USDA (FAS) dan jurnal *Enrichment: Journal of Multidisciplinary Research and Development* (2025)

Sebagai komoditas yang potensial, kopi banyak digunakan sebagai bahan baku produk olahan usaha kecil, menengah dan besar. Kebutuhan usaha terhadap bahan baku kopi dan kebutuhan konsumsi masyarakat yang selalu meningkat mengakibatkan petani kopi meningkatkan produksi sehingga produksi kopi nasional juga mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal kedepannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen menjadi salah

satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang, menjadi pemicu untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Kotler dan Keller, 2013).

Eustacio Coffee merupakan salah satu *coffee shop* yang terdapat di Kota Surabaya. *Coffee shop* merupakan usaha yang memanfaatkan peluang berkembangnya gaya hidup masyarakat dan kegemaran masyarakat terhadap kopi olahan. Dengan melihat perilaku konsumen maka pihak *coffee shop* dapat mengetahui karakteristik konsumennya, melalui kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian produk dan jasa yang ditawarkan dapat membantu pihak kedai kopi dalam meningkatkan penjualan dan strategi pemasaran. Dengan demikian hal tersebut dapat membantu Eustacio Coffee untuk bertahan ditengah persaingan yang semakin tinggi dengan berbagai *coffee shop* di Kota Surabaya dan meningkatkan jumlah pelanggan yang berdampak pada peningkatan keuntungan. Oleh karena itu, studi mengenai kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian minuman kopi perlu dilakukan agar pihak *coffee shop* dapat merumuskan penyusunan kebijakan strategi yang tepat dan sesuai dengan keinginan konsumen. Adapun permasalahan yang terjadi pada penelitian ini yakni terjadinya *miss communication* antara karyawan Eustacio Coffee dengan pelanggan.

Berdasarkan informasi dan data yang tersedia, serta didukung oleh adanya kesempatan yang memadai maka dipilihlah Eustacio Coffe di Surabaya. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk memilih judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Eustacio Coffee”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian di latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk di Eustacio Coffe mempengaruhi kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan di Eustacio Coffee mempengaruhi kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penulisan skripsi ini berdasarkan rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pegaruh kualitas produk terhada kepuasan konsumen di Eustacio Coffee.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Eustacio Coffee.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat menyajikan hasil observasi, pengalaman dan data yang diperoleh selama penelitian skripsi kedalam penulisan skripsi serta mahasiswa dapat memperluas wawasan pengetahuan dalam bidang Agribisnis yaitu khususnya pada bidang kepuasan konsumen.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini sebagai masukan untuk perusahaan terkait masalah kepuasan konsumen sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi guna

meningkatkan penjualan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

3. Manfaat Bagi Perguruan Tinggi

Memberikan peluang untuk membuka jalur kerjasama antara perguruan tinggi dan perusahaan serta memberikan referensi khususnya tentang kepuasan konsumen untuk pihak dalam perguruan tinggi yang memerlukan.