

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia usaha kedai kopi atau *coffee shop* sedang menghadapi pertumbuhan dan perkembangan yang begitu pesat. Pernyataan tersebut dapat didukung dengan Indonesia yang masuk di wilayah konsumsi kopi tertinggi di dunia. Data ini dapat diambil dari *International Coffee Organization (ICO)* tahun 2020-2021, ketika Indonesia mampu mencapai peringkat kelima dengan konsumsi kopi sebesar 5.000 kantong yang berukuran 60 kilogram, setelah Jepang, Brasil, Amerika Serikat dan Uni Eropa yang menjadi peringkat pertama di Dunia.



Gambar 1. 1 Wilayah Konsumsi Kopi Tertinggi di Dunia

Berdasarkan dari gambar 1.1 dapat menjadi gambaran bahwa di Indonesia, saat ini kegiatan minum kopi menjadi gaya hidup bagi

masyarakat, bahkan bagi anak generasi milenial menganggap kopi tidak hanya semata minuman yang dapat menghilangkan rasa kantuk. Dengan adanya fenomena ini memberikan peluang bagi pengusaha untuk membuka bisnis. Ini dapat dibuktikan dengan banyaknya kedai kopi yang berdiri di dalam kota besar khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta Jogja Coffee Week 2022, menyatakan bahwa Yogyakarta menjadi kota yang memiliki kedai kopi terpadat di Indonesia. Sampai sekarang, Komunitas Kopi Nusantara mencatat data sebanyak 3.000 *coffee shop* yang tersebar di semua wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (Pandangan, 2022).

Salah satu *coffee shop* yang hingga saat ini berdiri di Yogyakarta adalah Bento Kopi. Bento Kopi merupakan suatu kedai kopi yang berdiri pada tahun 2012 dan memiliki banyak cabang di Yogyakarta. Hingga saat ini terdapat 13 cabang di Daerah Istimewa Yogyakarta antara lain: Bento Kopi Jakal, Bento Kopi Kayen, Bento Kopi Pogung, Bento Kopi Concat, Bento Kopi Maguwoharjo, Bento Kopi Jamal, Bento Kopi Godean, Bento Kopi Klebengan, Bento Kopi Nologaten, Bento Kopi Sorowajan, Bento Kopi UAD, Bento Kopi UMY, dan Bento Kopi Bantul. Bento Kopi juga sudah menjadi sebuah grup usaha yang menaungi beberapa brand (PT Muda Bangun Semesta, 2020).

Pada penelitian ini, peneliti tertarik memilih Bento Kopi cabang Godean dikarenakan banyaknya kedai kopi yang saat ini sudah berdiri di sekitar daerah Godean, khususnya di Jl. Lap Area Sawah, Banyuraden Kec. Gamping, Kab. Sleman, antara lain yaitu Nilu Kopi, Caqo Kopi, Toleransi

Kopi dan Kobessah Kopi. Alasan lain peneliti tertarik untuk memilih objek penelitian ini karena Bento Kopi cabang Godean menjadi kedai kopi yang berdiri lebih dulu diantara kompetitor lainnya.

Strategi agar Bento Kopi dapat terus bertahan dan berkembang sehingga dapat memenangkan persaingan dalam skala Nasional yang dapat menciptakan dan mempertahankan pelanggan maka memerlukan loyalitas dari pelanggan. Pentingnya loyalitas pada pelanggan yaitu karena menganggap sebagai aset yang bisa menimbulkan dampak dengan peningkatan pangsa pasar dan keuntungan perusahaan (Susianti et al., 2021). Loyalitas pelanggan yaitu keterikatan pelanggan untuk melakukan pembelian produk dan jasa tanpa paksaan dan kesadaran diri di masa depan (Kurniawan & Auva, 2022). Pentingnya loyalitas pelanggan untuk perusahaan untuk menjalankan usaha atau mengembangkan kegiatan usahanya. Pelanggan yang loyal yaitu pelanggan yang merasa sudah puas dengan layanan serta produk dari perusahaan tersebut, hingga termotivasi untuk memperkenalkan perusahaan tersebut kepada orang (Santoso, 2019)

Berikut ini merupakan hasil dari pra-survei penelitian dari 30 pelanggan yang sudah berkunjung ke Bento Kopi cabang Godean dalam waktu tertentu.

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Survei Bento Kopi cabang Godean

No	Pertanyaan	YA	TIDAK	% YA TIDAK	
				YA	TIDAK
1.	Harga makanan dan minuman di Bento Kopi Godean relative terjangkau	29	1	97%	3%
2.	Karyawan Bento Kopi cabang Godean memiliki inisiatif memberikan informasi ke pelanggan	14	16	53%	47%
3.	Lahan parkir di Bento Kopi cabang Godean sangat terbuka sehingga menimbulkan rasa kurang nyaman	22	8	73%	27%

Banyaknya kedai kopi yang saat ini berdiri di area Banyuraden menjadikan Bento Kopi Godean harus memiliki strategi untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya. Harga menjadi faktor utama bagi pelanggan saat melakukan pembelian. Bento Kopi Godean menetapkan harga yang relatif terjangkau diantara para kompetitor lainnya. Hal ini didukung dari data hasil pra-survei yang sudah dilakukan yaitu 97% dari 30 pelanggan. Harga yang di tetapkan Bento Kopi cabang Godean harus sesuai dengan manfaat yang didapatkan, ini bertujuan agar dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian di Bento Kopi cabang Godean. Harga yaitu nilai total yang dapat ditukarkan pelanggan untuk mendapatkan manfaat ketika memakai dan memiliki produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2011).

Kualitas pelayanan bisa menjadi faktor utama untuk menjadikan loyalitas pelanggan (Woen & Santoso, 2021). Saat ini yang terjadi pada karyawan Bento Kopi cabang Godean yaitu kurang informatif kepada pelanggan untuk memberikan informasi-informasi tambahan yang tidak tertera dalam daftar menu sehingga pelanggan merasa daftar menu tersebut sudah sesuai. Hal tersebut didukung dari data pra-survei sebesar 53% dengan total 30 pelanggan. Kepuasan pelanggan didapatkan dari kualitas pelayanan yang bagus dari perusahaan. Kepuasan dari pelanggan ini yang nantinya akan membentuk loyalitas dibenak pelanggan.

Bukan hanya harga dan kualitas pelayanan, lokasi mampu menunjukkan berkembang atau tidak perusahaan (Setya et al., 2020). Data pra-survei terdapat 73% dari 30 pelanggan menyatakan bahwa lahan parkir yang berada di Bento Kopi cabang Godean sangat terbuka sehingga tidak memberikan rasa nyaman pada pelanggannya. Lokasi dapat menjadi faktor penting disaat menjalankan suatu bisnis (Nurfalawati & Nurdin, 2020). Lokasi adalah tempat untuk menjalankan aktivitas bisnis agar konsumen mudah mendapatkan produknya (Ade Sitorus, 2020).

Menurut hasil penelitian Hartono & Purba, (2022) mengungkapkan jika harga dapat mempengaruhi secara signifikan oleh loyalitas pelanggan. Sebaliknya, hasil temuan ini bertentangan dengan penelitian Mahfud & Sasongko, (2019) dimana mengemukakan hasil yaitu harga tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut penelitian Hartono & Purba, (2022) hasil menunjukkan jika kualitas pelayanan dapat mempengaruhi

loyalitas dari pelanggan. Namun Elyana & AC, (2023) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan tidak dipengaruhi oleh loyalitas konsumen.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Hartono & Purba, (2022) yang menemukan hasil dari lokasi memiliki dampak yang signifikan pada loyalitas pelanggan. Meskipun demikian, temuan ini berbeda dengan Lawrance et al., (2022) menyebutkan jika lokasi tidak memberikan pengaruh signifikan loyalitas pelanggan. Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan karena belum adanya konsistensi dari temuan sebelumnya.

B. Rumusan Masalah

Didasarkan dari permasalahan, peneliti tertarik untuk meneliti Bento Kopi cabang Godean sebagai objek penelitian yang menguji harga, kualitas pelayanan, dan lokasi. Sehingga, penelitian ini dapat bermanfaat bagi kedai kopi atau *coffee shop* Bento Kopi untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dari segi harga, kualitas pelayanan, dan lokasi. Selain itu, hal tersebut dapat diaplikasikan sebagai bahan untukn referensi penyusunan rencana dan strategi yang mencakup jangka pendek ataupun jangka panjang untuk memperbaiki kualitas pelayanan pada Bento Kopi.

Penelitian sebelumnya oleh Hartono & Purba, (2022) menemukan temuan jika harga memiliki dampak yang signifikan pada loyalitas pelanggan. Namun, temuan dari Mahfud & Sasongko, (2019) menemukan hasil jika harga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kedua penelitian sebelumnya memiliki gap hasil yang membuat peneliti tertarik

menggunakan variabel harga untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan mencakup setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan kepada pelanggan, yang biasanya tidak ada dan tidak memiliki kepemilikan apapun (Elyana & AC, 2023). Kualitas pelayanan yang baik bisa membuat pelanggannya setia kepada perusahaan.

Menurut penelitian Rahmani, (2022) ditemukan hasil bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dari pelanggan. Akan tetapi, Lawrance et al., (2022) menemukan jika lokasi tidak memengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan. Perbedaan hasil ini menimbulkan gap antara kedua penelitian sebelumnya sehingga peneliti tertarik menggunakan variabel lokasi untuk dapat menguji pengaruh lokasi terhadap loyalitas pada pelanggan.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, pertanyaan penelitian yang diajukan dapat disusun sebagai berikut:

1. Apakah harga berdampak positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean?
2. Apakah kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean?
3. Apakah lokasi berdampak positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah tersebut, tujuan untuk penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah harga mempengaruhi loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean
3. Untuk mengetahui apakah lokasi mempengaruhi loyalitas pelanggan Bento Kopi cabang Godean

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkan, seperti:

1. Teoritis

Penelitian ini mendapatkan hasil yang bisa untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan terkait manajemen pemasaran yang berkaitan dengan variabel harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi acuan yang berkaitan tentang apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di kedai kopi.

2. Praktis

a) Bagi Peneliti

Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini akan membantu pembaca untuk memahami topik penelitian. Hasil dari penelitian dimanfaatkan untuk memperluas pengetahuan yang berkaitan manajemen pemasaran dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan secara teoritis yang sudah dipelajari selama pendidikan kuliah.

b) Bagi Perusahaan

Manfaat dari penelitian ini yaitu faktor harga yang terjangkau dapat menimbulkan pelanggan lebih tertarik dalam membeli barang. Dengan kualitas pelayanan yang baik, perusahaan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan yang nantinya dapat membentuk loyalitas dari pelanggan itu sendiri. Selanjutnya dari segi lokasi yang strategis dapat mempermudah pemasaran, sehingga dapat meningkatkan laba dan mengurangi biaya keperluan operasional.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

a) Harga

Harga yaitu total nilai dimana harus dibayarkan oleh pelanggan supaya memperoleh keuntungan saat menggunakan atau memiliki produk dan jasa (Kotler & Armstrong, 2011).

Menurut Hartono & Purba, (2022) indikator dari harga sebagai berikut: kesesuaian harga terhadap kualitas produk, harga yang terjangkau, daya saing harga dengan kompetitor, harga yang sesuai dengan manfaat.

b) Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan yaitu setiap kegiatan yang dilaksanakan perusahaan kepada pelanggan, yang biasanya tidak ada dan tidak memiliki kepemilikan apapun (Elyana & AC, 2023). Menurut Harmadji et al., (2022) kualitas pelayanan dapat dinilai dengan lima indikator yaitu: berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*), dan daya tanggap (*responsiveness*)

c) Lokasi

Lokasi adalah strategi untuk perusahaan yang menjadi asset terpenting dimana proses terbentuknya rasa aman dan nyaman di dalam perusahaan sehingga pelanggan akan merasa senang didalam lokasi tersebut yang nantinya terbentuk rasa ingin datang kembali untuk membeli sehingga menimbulkan rasa loyal di hati pelanggan (Prasetyo et al., 2019). Menurut Pramutoko, (2021) terdapat empat indikator dari lokasi yaitu sebagai berikut: akses, tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, visibilitas, dan lalu lintas (*traffic*).

d) Loyalitas Pelanggan

Menurut Santoso, (2019) Loyalitas pelanggan merupakan bentuk dedikasi dari pelanggan untuk suatu merek atau toko dengan jangka waktu panjang. Indikator dari loyalitas pelanggan yaitu *repeat, retention, referral*.

2. Batasan Penelitian

Penelitian dilaksanakan agar mengetahui serta melihat loyalitas dari pelanggan di kedai kopi atau *coffee shop* yang terletak di daerah Yogyakarta yaitu Bento Kopi cabang Godean. Harga, kualitas pelayanan, lokasi adalah variabel tidak terikat dan loyalitas pelanggan merupakan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini.