

BAB I

PENDAHULUAN

A . Latar Belakang

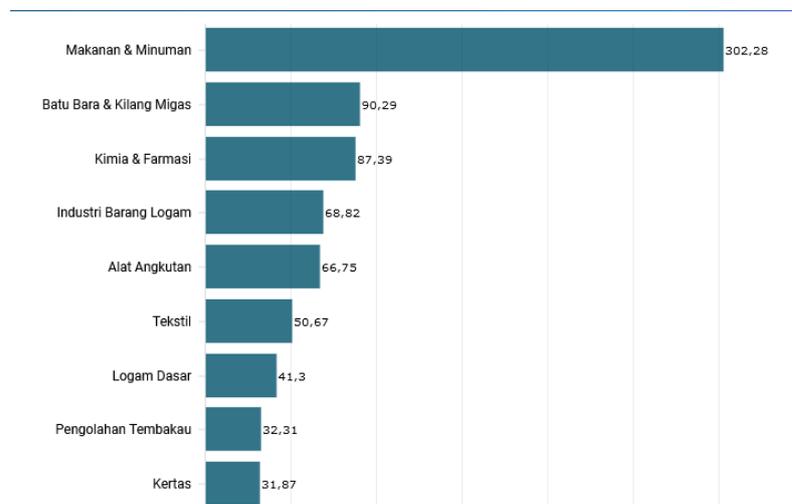
Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Surat An-nisa ayat 29

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sungguh, Allah Maha penyayang kepadamu.

Berdasarkan Databoks (2022) menunjukan bahwa pertumbuhan ekonomi yang semakin maju dan *modern* seperti saat ini menjadikan dunia bisnis berkembang cukup pesat, khususnya dibidang *Food and Beverages*. Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa industri *Food and Beverages* menjadi salah satu sorotan para pelaku bisnis dikarenakan minat konsumen yang semakin tinggi untuk mengkonsumsi makanan dan minuman ditambah dengan munculnya berbagai jenis dan bentuk makanan dan minuman yang mengikuti *trend* sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen. Salah satunya yaitu bisnis kopi atau sekarang lebih dikenal dengan *coffee shop*.



Gambar 1. 1 PDB Sektor Industri Menurut Subsektor (Kuartal II-2022)

Sumber: Databoks (2022)

Gultom dkk. (2023) mengemukakan bahwa kini bisnis kopi sudah menjadi hal yang lumrah dalam industri minuman. Kedai kopi tidak hanya menawarkan produk kopi nusantara saja. Konsep dari kedai kopi pun ditata sebaik mungkin untuk menciptakan kenyamanan para penikmat kopinya. Jika dahulu kedai kopi umumnya di anggap sebagai tempat obrolan santai, kini kedai kopi dapat dijadikan sebuah tempat bertukar pikiran, bersosialisasi, berkumpul bersama sahabat, keluarga maupun rekan kerja bahkan juga telah membentuk sebuah gaya hidup. Saat ini pun bisnis kopi sudah menyebar hampir ke seluruh kota di Indonesia.

Dikutip dari Kompasiana (2022) seperti di kota-kota lainnya, kedai kopi di Yogyakarta pun sudah banyak dibangun dan menjadi *trend* bagi kalangan anak muda. *Trend* warung kopi ini biasa disebut dengan *coffee shop*. Bisnis *coffee shop* di Yogyakarta semakin berkembang pesat dan

menarik perhatian kalangan anak muda. Bukan dikalangan anak muda saja, bahkan masyarakat awam sekarang pun sudah banyak yang menyukai minuman kopi. Dikutip dari Kumparan (2020) perkembangan bisnis *coffee shop* ini di buktikan dengan hampir setiap sudut kota Yogyakarta sudah dipenuhi dengan bisnis ini. Terdapat beberapa *coffee shop* yang sangat Populer dikota Yogyakarta ini, salah satunya yaitu *coffee shop* Cosan.

Coffe shop Cosan sudah berdiri sejak tahun 2020, saat ini cosan sudah memiliki 3 cabang yang tersebar di pusat keramaian kota Yogyakarta. Cabang pertama berlokasi di Jl. Kaliurang KM 5, Pogung Kidul, Caturtunggal, Kec. Mlati, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian cabang yang kedua berlokasi di Jl. Seturan Raya N0 6, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dan cabang yang terbaru berlokasi di Jl. P. Mangkubumi No 52, Gowongan, Kec. Jetis, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan lokasi *coffee shop* Cosan ini dapat dikatakan cukup strategis karena selain berada dipusat keramain kota Yogyakarta, lokasi ini juga dikelilingi kantor-kantor, Universitas, dan tempat wisata.

Coffee shop Cosan adalah *coffee shop* yang menyajikan beragam olahan *coffee* dan *non coffee* serta aneka *bakery* yang dipadukan dengan tempat yang nyaman dan fasilitas yang cukup memadai seperti *meeting room*, mushola, toilet, pendingin ruangan, terminal listrik, *wifi*, alunan musik, serta lahan parkir. Dari segi konsep dan *design interior coffee shop* Cosan ini memiliki konsep industrial dan *instragam-able* dengan *design*

modern dan memiliki ukuran tempat yang cukup luas. *Coffee shop* Cosan memiliki beragam konsumen atau pelanggan yang datang mulai dari remaja, mahasiswa, pegawai kantor, hingga pelanggan yang hanya memesan melalui aplikasi *online*. Varian menu yang ditawarkan cukup beragam dan memiliki nama-nama yang unik seperti *himalaya*, *palma*, *cookie monster*. Selain itu di *coffee shop* Cosan ini juga terdapat menu-menu *basic* seperti *latte*, *Caramel Macchiato*, *tea*, dan lain-lain.



Gambar 1. 2 Produk *Coffee Shop* Cosan Seturan

Sumber: *Instagram* Cosan (2023)

Dikutip dari Kumparan (2020) bisnis *coffee shop* di Yogyakarta saat ini semakin berkembang pesat, maka dari itu setiap masing-masing bisnis *coffee shop* harus mempunyai strategi tersendiri untuk mempertahankan usahanya agar para pelanggan berminat untuk membeli produknya dan tidak

beralih ke tempat lain. Menurut Gultom dkk. (2023) terdapat banyak strategi yang dapat dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan sampai dengan mempertahankan mereka sehingga merasa puas dan loyal terhadap produk bisnis tersebut. Kotler dan Keller (2018) menyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari *coffee shop*, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Sambara dkk. 2021). Produk yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik agar produk dapat diterima dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan serta dapat memuaskan pelanggan. Persepsi kualitas ini merupakan persepsi konsumen. Jika persepsi kualitas konsumen negatif, produk tidak akan disukai dan usaha akan sulit bertahan lama serta sulit untuk berkembang. Sebaliknya jika persepsi konsumen positif, produk akan disukai dengan beranggapan bahwa produk yang berkualitas merupakan jaminan kepuasan konsumen dalam menggunakan produk tersebut (Azhari dkk., 2020). *Coffee shop* harus memiliki tingkat kualitas yang dapat membantu usahanya untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk nya dalam pasar sasaran. Semakin berkualitas produk yang ditawarkan maka semakin tinggi

juga kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap produk yang dibeli, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan juga berkaitan erat dengan kepuasan konsumen (Sambara dkk., 2021). Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dorongan bagi para pelanggan untuk menjalin hubungan yang menguntungkan dalam jangka panjang. Dengan hal ini, perusahaan dituntut harus dapat memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Store atmosphere juga sangat berperan penting bagi setiap bisnis *coffee shop* karena berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga membuat pelanggan ingin berkunjung kembali ke tempat tersebut (Sambara dkk., 2021). *Store atmosphere* bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Riza dkk., (2021) menyatakan bahwa *store atmosphere* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga juga dinilai dapat berpengaruh pada loyalitas pelanggan (Gultom dkk., 2023). Perusahaan harus menyediakan harga yang sesuai dengan kualitas produk, Penetapan harga juga harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi, terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam memutuskan pembelian, pelanggan tentu akan mencari tahu

harga dan membeli produk yang harganya paling sesuai dengan kemampuannya. Jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi maka ketertarikan pelanggan untuk membeli kembali akan sangat minim, namun jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, maka konsumen akan tertarik untuk membelinya hingga berulang-ulang kali.

Lokasi merupakan faktor penunjang keberhasilan usaha. Lokasi yang strategis dapat memengaruhi seseorang untuk berkunjung ke tempat tersebut (Gultom dkk., 2023). Jika tempat usaha tidak direncanakan secara strategis maka akan mempengaruhi perkembangan usaha tersebut. Pemilihan lokasi yang strategis dapat memudahkan konsumen untuk datang kembali dan membeli kembali produk tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti lebih lanjut dengan objek *Coffee Shop* Cosan di Kota Yogyakarta. Maka dari itu judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada *Coffee Shop* Cosan Yogyakarta)”**.

B . Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta?
5. Apakah lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta?
6. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere*, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta?

C . Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dan positif kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dan positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dan positif *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dan positif harga terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dan positif lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta.
6. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dan positif kualitas produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere*, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan dan positif pada *coffee shop* Cosan di Yogyakarta.

D . Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti:
 - a. Dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere*, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Cosan Yogyakarta.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah diajarkan pada masa perkuliahan dan menambah wawasan peneliti di dunia bisnis.
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi bagi peneliti, selain memberikan kontribusi

pemikiran dalam bidang pemasaran berdasarkan teori yang didapatkan selama masa perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan:

Hasil penelitian ini dapat dijadikan evaluasi dan referensi bagi *coffee shop* Cosan dalam meningkatkan mengelola produk, pelayanan, suasana, harga dan lokasi untuk lebih baik lagi kedepannya.

3. Bagi Universitas:

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya yang sejenis