

BAB I

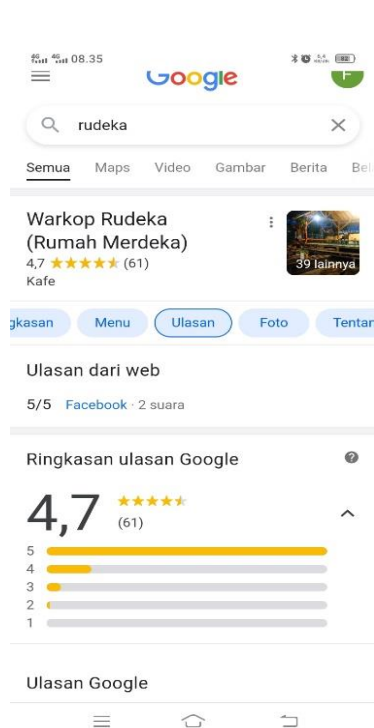
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan peradaban, budaya manusia, serta berkembangnya arus globalisasi yang semakin maju menimbulkan adanya pergeseran nilai budaya dari masyarakat yang cenderung menjadi lebih individual. Kesibukan padat dan mobilitas tinggi membuat masyarakat membutuhkan suatu tempat untuk melepaskan kepenatan setelah melakukan rutinitas pekerjaan maupun kuliah. Aktivitas yang dilakukan masyarakat untuk melepaskan kepenatan itu biasanya dengan bersantai, mendengarkan musik, makan dan minum kopi ataupun sekedar berkumpul dan berbincang-bincang dengan kerabat atau teman di kedai kopi. ini merupakan faktor pertama yang mendorong Ide untuk membangun bisnis kedai kopi Rudeka dan faktor kedua adalah pemilik kedai kopi rudeka melihat banyak sastrawan yang tidak mempunyai tempat singgah untuk berkumpul. Dan Setelah menemukan tempat di Jombang yang menurut pemilik kedai cocok untuk dijadikan tempat berkumpulnya para sastrawan, mahasiswa pecinta seni, pemilik merenovasi lahan layaknya menjadi kedai dan tempat bersantai.

Kedai Kopi Rudeka didesain dengan gaya *vintage*, sebagai bentuk apresiasi dalam melestarikan budaya. ini dikarenakan kedai kopi yang mempunyai konsep *vintage* dapat membuat konsumen merasakan nostalgia di zaman dahulu, kedai kopi rudeka didesain seperti rumah kuno dengan beberapa karya seni di dalamnya.

Karena semakin banyaknya komunitas seni yang berkarya di kedai, pemilik kedai kopi merasa merdeka. Oleh sebab itu kedai diberi nama ‘Rumah Merdeka’ atau disingkat sebagai “Rudeka”. dan pelaku bisnis *Coffee Shop* dituntut untuk menciptakan suatu desain yang unik dan berbeda dengan lainnya, agar pelanggan *Coffee Shop* menjadi loyal untuk kembali berkunjung. Didalam kota Jombang kedai kopi rudeka memiliki banyak pesaing seperti Kedai Kopi Culture 4,6/5, Dogel Coffe 4,5/5, Bincang Kopi Jombang 4,4/5, Mojag Cofee 4,7/5 sedangkan Kedai Kopi Rudeka memiliki 4,7/5. Walaupun banyak pesaing Kedai Rudeka tetap memiliki rating yang cukup baik. Sumber : *ulasan peta lokasi (www.google.co.id)*



Gambar 1. 1 Rating Penilaian Kedai Rudeka
Sumber : ulasan peta lokasi (www.google.co.id)

Berdasarkan Gambar 1.1 membuktikan bahwa Kedai Rudeka memiliki rating 4,7/5 dengan ulasan sebanyak 61, dari 61 ulasan pengunjungbanyak yang memberikan bintang 5 yaitu 55, bintang 4 sebanyak 4 ulasan, bintang 3 sebanyak 2 ulasan. Dan bintang 2 sebanyak 1 ulasan. hal tersebut mengindikasikan bahwa konsumen merasa puas setelah berkunjung ke kedai rudeka Jombang. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang terjadi setelah pembelian akan membawa dampak yang besar salah satunya adalah loyalitas pelanggan.

Salah satu keunggulan yang menarik dari Kedai Kopi Rudeka adalah kedai kopi tradisional yang masih menggunakan rempah-rempah tradisional bahan baku, peralatan, dan metode yang digunakan juga masih tradisional tanpa menggunakan mesin. Kedai Kopi Rudeka menggunakan konsep kedai kopi rumahan dengan gaya klasik yang menjadi salah satu keunikannya. Kedai Kopi Rudeka didesain minimalis dan mempunyai banyak seni didalam ruangnya misalnya terdapat ruang baca yang temboknya didesain dengan menggunakan koran. Selain itu terdapat tempat teater yang berada di samping kedai, yang biasanya digunakan untuk pameran seni seperti wayang kulit, pantomim, pembacaan puisi, acara musik dan lain-lain. Didepan Kedai Kopi Rudeka terdapat sanggar yang biasanya digunakan oleh komunitas-komunitas untuk berdiskusi dan membuat acara seperti seni lukis tradisional, dan juga biasanya digunakan oleh komunitas untuk belajar bahasa isyarat.

Agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis cafe, Kedai kopi rudeka harus mampu memberikan suasana cafe yang unik dan berbeda dibandingkan

kedai kopi lain sehingga konsumen bisa merasa puas untuk berkunjung kekedai kopi rudeka. Jika konsumen puas berkunjung kekedai kopi rudeka, konsumen akan menjadi loyal untuk berkunjung kembali. Selain itu kedai kopi Rudeka Jombang harus mengkaji hal-hal apa saja yang harus dipersiapkan dalam mendesain suasana cafe agar konsumen merasa puas, karena di ketahui pendapatan kedai kopi rudeka mengalami ketidakstabilan setiap bulannya yang dapat dilihat dari Table 1.1 di bawah ini.

Tabel 1. 1
Data laba bersih Kedai Kopi Rudeka

Bulan penjualan	Laba bersih
Agustus 2020	Rp. 8.000.000
September 2020	Rp. 8.500.000
Oktober 2020	Rp. 8.800.000
November 2020	Rp. 8.000.000
Desember 2020	Rp. 7.000.000
Januari 2021	Rp. 2.000.000
Februari 2021	Rp. 2.200.000
Maret 2021	Rp. 3.000.000

Sumber: Kedai Kopi Rudeka 2021

Berdasarkan dari Tabel 1.1 di atas bahwa pendapatan kedai kopi Rudeka Jombang mengalami ketidakstabilan sehingga laba bersih penjualan mengalami penurunan drastis pada bulan Januari 2021 dan Februari 2021. Ini dikarenakan Pemerintah Jombang menetapkan kebijakan tentang larangan kegiatan hajatan atau kegiatan yang bersifat pengumpulan massa. Selain itu pemerintah juga memberikan surat edaran terkait pemberlakuan jam malam untuk cafe, resto dan toko sehingga omset kedai kopi mengalami penurunan,

walaupun bulan Januari 2021 dan Februari 2021 mengalami penurunan, pada bulan Maret 2021 laba bersih kedai kopi rudeka mengalami peningkatan.

Loyalitas merupakan respon perilaku, diekspresikan dalam jangka waktu yang panjang, dan menghasilkan komitmen. Menurut Tjahjaningsih (2013) berpendapat bahwa loyalitas pelanggan dapat diperlihatkan melalui sikap dan perilaku. Sikap termasuk niat pembelian kembali atau membeli produk lain dari perusahaan, niat untuk merekomendasikan dan kekebalan terhadap pesaing. Perilaku ini mencakup perilaku pembelian kembali, pembelian produk lainnya dari perusahaan, dan merekomendasikan kepada orang lain.

Soegoto (2013) menyatakan Konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku (*behavior*) dibandingkan dengan sikap (*attitude*) dan seorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama, yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambilan keputusan.”

Kedai Kopi Rudeka memberi kebebasan komunitas untuk melakukan *event-event*, misalnya *event* untuk penggalangan donasi bencana alam, *event* sablon, *event* seni, *event* pecinta alam dan *event-event* lain nya. hal tersebut dapat dilihat dari gambar 1.2 dibawah ini.



Gambar 1. 2 Suasana Kedai Kopi Rudeka
Sumber: Rudeka Upcycle Kedai 2021

Pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa Kedai Kopi Rudeka memiliki interior yang klasik sehingga pengunjung bisa merasakan kenyamanan dalam menikmati kopi dan berdiskusi. Dalam upaya menarik minat pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan pemasar harus bisa memberikan kepuasan dan akhirnya dapat membangun loyalitas pelanggan. Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, antara lain faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu faktor dari dalam diri konsumen misalnya sikap, keadaan ekonomi, motivasi, persepsi dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal yaitu yang berasal dari rangsangan luar yang dilakukan oleh pelaku usaha, dimana dalam hal ini pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam meningkatkan loyalitas pelanggan misalnya kelompok sosial atau kelompok referensi.

Salah satu strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah *Store Atmosphere*. *Store Atmosphere* merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha. Dalam hal ini pelaku usaha memperhatikan suasana *eksterior* dan *interior* toko. Semakin komunikatif

suasana toko akan berpengaruh positif terhadap minat konsumen untuk berkunjung kembali ke toko tersebut (Fitriani & Nurdin, 2020).

Menurut Levy dan Weitz dalam Supriono (2018), *Store Atmosphere* dapat tercipta melalui desain lingkungan visual, cahaya, warna, musik, dan aroma yang mampu menstimuli emosi konsumen. *Store Atmosphere* atau suasana toko sebagai nilai tambah terhadap citra toko sekaligus menyediakan lingkungan yang menyenangkan bagi konsumen yang datang membeli ke toko. Dengan *Store Atmosphere* yang baik menjanjikan konsumen yang loyal sehingga akan mampu bertahan dalam kelangsungan usahanya.

Strategi lain yang digunakan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah sebagai perasaan pelanggan, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan pelanggan atas produk tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan persepsi individu terhadap performa suatu produk atau jasa dikaitkan dengan harapan pelanggan tersebut. Kepuasan yang diperoleh seorang konsumen dapat menjadikan konsumen tersebut loyal terhadap produk maupun toko tempat membeli barang tersebut sehingga konsumen dapat menceritakan hal-hal yang baik kepada orang lain (Irzad & Imran, 2018).

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Manik (2019) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap

loyalitas pelanggan zeqita caffe medan” menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Pambudi, (2018) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap loyalitas konsumen (Studi Kasus pada Lagani Coffee di Yogyakarta) bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan kedua penelitian sebelumnya dengan hasil yang signifikan, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian judul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan *Coffee Shop Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kedai Kopi Rudeka Jombang)”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan urain yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan?
2. Apakah *Coffee Shop Atmosphere* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Coffee Shop Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan mengenai faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan *Coffee Shop Atmosphere* yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan, sehingga dapat memberikan masukan kepada perusahaan dalam mengambil strategi pemasaran yang akan digunakan agar dapat mengembangkan bisnisnya kedepan.

2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baik secara teoritis maupun implementasi langsung mengenai penerapan dari teori-teori yang telah diajarkan dibangku kuliah maupun teori dari beberapa ahli.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Dan untuk pembaca umum dapat memberikan pengetahuan yang lebih mengenai Kedai Kopi Rudeka Jombang.