

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada beberapa tahun ini bisnis *food and beverage* dalam bidang coffee shop mengalami peningkatan yang cukup baik. Menurut Fajar (2020) berdasarkan riset independen Toffin dan MIX MarComm SWA, jumlah kedai kopi di Indonesia pada 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai. Menurut Young (2021) selaku CEO Allegra Grup pada Studi Lembaga riset dan Pemasaran mengatakan bahwa perkembangan bisnis coffee shop setiap tahun akan terus bertambah dikarenakan konsumsi kopi domestik terus meningkat minimum 8 persen per tahun. Coffee shop sendiri yakni suatu tempat yang sangat mudah untuk dijumpai hampir setiap daerah di Indonesia maupun dunia. Pada dasarnya, minum kopi adalah kebiasaan masyarakat Indonesia yang sudah ada sejak dulu kala. Di Indonesia kopi dapat dinikmati oleh semua kalangan baik remaja, dewasa, sampai orang tua. Menurut ICO (2019) Indonesia sendiri merupakan salah satu penghasil kopi terbesar dan terbaik di dunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020) beberapa daerah yang terkenal dengan penghasil kopi terbesar dan terbaik yakni daerah Aceh, Lampung, Sumatra, Jawa, dan Sulawesi.

Perkembangan bisnis yang semakin kompetitif di Pulau Jawa terutama, Kabupaten Sidoarjo yang merupakan salah satu pusat industri, bisnis, perdagangan, dan pendidikan di timur Pulau Jawa dan sekitarnya, tercermin dalam peningkatan jumlah restoran, kafe, dan kedai kopi yang bermunculan di Kota Sidoarjo. Data dari (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, 2022) menunjukkan tren pertumbuhan jumlah restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai kopi selama periode lima tahun, mulai dari tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018, tercatat 164 restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai kopi di Kabupaten Sidoarjo. Pada tahun 2019, jumlah tersebut meningkat menjadi 175. Namun pada tahun 2020, pertumbuhan jumlah restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai kopi tersebut terhenti karena adanya pandemi Covid-19, sehingga tetap

sebanyak 175. Pada akhir tahun 2021, terjadi peningkatan menjadi 180 restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai kopi akibat pelanggaran Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan vaksinasi massal bagi masyarakat. Tahun 2022 mencatat peningkatan yang signifikan dalam lima tahun terakhir, dengan jumlah mencapai 213 restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai kopi di Kabupaten Sidoarjo.

Salah satu coffee shop yang terkenal di Kabupaten Sidoarjo adalah Coffee Shop Opus Ex Animo yang mengusung konsep modern tropical dan sudah berdiri sejak 2018. Lokasi Coffee Shop Opus Ex Animo berada di Jl. Kavling DPR IV 15, Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia. Jam operasionalnya sendiri mulai dari jam 10.00 - 23.00 WIB. Berdasarkan data yang diperoleh Kurniawati (2023) terdapat lebih dari 50 coffee shop yang muncul dan terus berkembang di kota Delta ini terutama yang berlokasi di Jl. Kavling DPR Sidoarjo. Salah satu pesaing utama Coffee Shop Opus Ex Animo yakni Take Tama Coffee Bar yang mengusung konsep night club dan setiap hari ada live dj musik, lalu untuk pesaing jauh Coffee Shop Opus Ex Animo yakni warung kopi Ole yang merupakan warung kopi biasa namun buka 24 jam.

Melihat banyaknya coffee shop yang ada di Kabupaten Sidoarjo terutama yang berlokasi di Jl. Kavling DPR Sidoarjo, membuat persaingan antar coffee shop semakin kompetitif dimana setiap produsen atau pemasar harus memiliki keunggulan tersendiri di mata konsumen dibandingkan para pesaing mereka agar menciptakan kepuasan bagi para konsumen. Menurut Kotler dan Keller *dalam* Setiawan (2019:121), kepuasan konsumen merupakan tujuan yang ingin dicapai setiap perusahaan, karena dengan tercapainya kepuasan konsumen diharapkan konsumen akan loyal kepada perusahaan. Selain itu kepuasan konsumen juga dibutuhkan perusahaan sebagai sarana untuk membuat perusahaan tersebut terus bertahan di tengah - tengah banyaknya persaingan yang ada saat ini.

Pemilik Coffee Shop Opus Ex Animo harus memperhatikan faktor – faktor yang bisa membuat konsumen puas atas apa yang mereka dapatkan hasil dari membeli produk atau berkunjung ke Coffee Shop Opus Ex Animo Sidoarjo. Hal tersebut bisa dimulai dengan memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk,

lokasi, dan *store atmosphere* yang mereka berikan kepada konsumen apakah sudah baik dan sesuai atau belum. Semakin baik *benefit* yang diberikan perusahaan kepada konsumen semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang akan dihasilkan.

Menurut Supranto (2006) dalam Simaike (2021) kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen secara maksimal memiliki dampak yang positif pada citra usaha kopi dan berdampak positif juga pada keuntungan perusahaan, selain itu peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara konsisten, dapat menciptakan suatu kepuasan tersendiri setelah pembelian yang dirasakan konsumen. Selain kualitas pelayanan, variabel lain yang mempunyai peranan terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2014) dalam Rosnaini (2017) mengatakan bahwa konsumen yang mendapatkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan harapannya maka kepuasan konsumen akan tercapai.

Selain melalui kualitas pelayanan dan kualitas produk, tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan variabel lokasi. Menurut Tjiptono (2008) dalam Firmanda (2023) lokasi merupakan salah satu faktor yang bisa mengangkat biaya dan pendapatan, maka dari itu lokasi sering kali menjadi faktor utama membuat strategi bisnis perusahaan. Faktor keempat yang dapat menciptakan kepuasan konsumen adalah *store atmosphere*. *Store atmosphere* merupakan sebuah elemen yang penting dalam membangun sebuah bisnis, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Kristina (2017:125). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa suasana yang sejuk dan nyaman di dalam sebuah kafe membuat konsumen merasa betah dan ingin tinggal lebih lama di dalam cafe tersebut. Keberadaan suasana yang menyenangkan dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen dan membuat mereka tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh kafe.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa konsumen yang melakukan pembelian produk dan *dine-in*, mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, dan *store atmosphere* yang diberikan coffee shop Opus Ex Animo sendiri sudah cukup bagus. Beberapa

konsumen juga mengatakan bahwa ada salah satu faktor yang menurut mereka perlu adanya peningkatan dan perbaikan yaitu pada kualitas pelayanannya seperti, beberapa *crew store* sering tidak memberikan salam (*greeting*) pada konsumen saat masuk ke coffee shop Opus Ex Animo dan lamanya pramusaji mengantarkan makanan atau minuman ke konsumen dikarenakan ketidaktahuan pramusaji terhadap tempat duduk yang dipilih oleh konsumen.

Setelah menyampaikan kekurangan yang ada pada coffee shop Opus Ex Animo Sidoarjo, beberapa konsumen tersebut juga menyampaikan bahwa kualitas produk yang di berikan coffee shop Opus Ex Animo sendiri sudah berkualitas seperti rasa yang diberikan selalu konsisten dan sesuai nya produk dengan apa yang telah mereka janjikan pada menu. Pemilihan lokasi coffee shop Opus Ex Animo sendiri sudah baik dan strategis serta nyaman. Penentuan lokasi yang di tetapkan perusahaan sudah berada di pusat kota sehingga akses menuju lokasi juga mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi maupun umum dan tersedianya lahan parkir yang luas dan aman. *Store atmosphere* coffee shop Opus Ex Animo sendiri sangat bagus dengan adanya live musik, pengaturan pencahayaan yang pas, dan konsep coffee shop yang modern.

Sudah cukup bagusnya kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, dan *store atmosphere* yang diberikan Coffee Shop Opus Ex Animo, tentu masih ada saja konsumen yang mempunyai sudut pandangan berbeda mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, dan *store atmosphere* yang sudah diberikan perusahaan. Oleh sebab itu faktor - faktor tersebut perlu terus diteliti untuk mewujudkan kepuasan konsumen agar perusahaan ke depannya lebih memahami faktor manakah yang harus diutamakan untuk mewujudkan kepuasan konsumen sehingga perusahaan bisa melakukan inovasi dan perbaikan agar kepuasan konsumen tercapai. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Coffee Shop Opus Ex Animo Sidoarjo”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dirumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3), dan *store atmosphere* (X4) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Coffee Shop Opus Ex Animo Sidoarjo?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3), dan *store atmosphere* (X4) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Coffee Shop Opus Ex Animo Sidoarjo?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Coffee Shop Opus Ex Animo Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian dilakukan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3), dan *store atmosphere* (X4) secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Coffee Shop Opus Ex Animo Sidoarjo.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3), dan *store atmosphere* (X4) secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Coffee Shop Opus Ex Animo Sidoarjo.
3. Menganalisis dan menguji variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Coffee Shop Opus Ex Animo Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan diharapkan dapat memberikan informasi mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Coffee Shop Opus Ex Animo Sidoarjo. Maka manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini ialah :

1. **Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran meningkatkan kemampuan penulis di bidang penelitian ilmiah yang relevan dengan latar belakang pendidikan penulis.

2. **Bagi Coffee Shop Opus Ex Animo**

Hasil dari penelitian ini bisa dapat dijadikan masukan yang bermanfaat bagi Coffee Shop Opus Ex Animo untuk mengetahui variabel – variabel mana yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga Coffee Shop Opus Ex Animo ke depannya menjadi lebih baik.

3. **Bagi pembaca**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai studi literatur maupun sebagai referensi penelitian selanjutnya tentang apa yang menjadi pengaruh terhadap kepuasan konsumen.