

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jaman yang pesat membuat masyarakat memaksakan diri untuk berpikir lebih cepat juga. Perkembangan bisnis kuliner sekarang ini menjadi salah satu bidang yang memiliki persaingan pasar yang ketat. Persaingan yang ketat ditandai dengan banyaknya bermunculan rumah makan, kedai coffee kemudian diikuti oleh semakin banyak munculnya kafe-kafe. Salah satunya adalah perkembangan bisnis kafe di Indonesia yang saat ini sedang berkembang sangat pesat. Menurut Building Planning & Desain pengertian kafe sendiri adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang menyerupai restaurant dalam sistem pelayanan di dalamnya terdapat hiburan alunan musik, sehingga kafe dapat digunakan sebagai tempat yang santai dan untuk berbincang-bincang.

Hal ini dilihat dari banyaknya kafe yang bermunculan dikarenakan kafe sudah menjadi gaya hidup bagi kebanyakan orang di masa sekarang, menyediakan tempat dengan desain interior yang menarik, menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Dan juga menyediakan berbagai macam konsep seperti alunan musik jazz dan sejarah tentang pembuatan kopi yang dapat menarik minat beli konsumen.

Meningkatnya perekonomian di Indonesia yang diikuti dengan peningkatan penghasilan masyarakat, terutama di kota-kota besar dapat merubah gaya hidup masyarakat saat ini menjadi royal. Salah satu kota besar yaitu Surabaya mempunyai karakteristik masyarakat yang cenderung gaya hidupnya suka nongkrong. Berkembangnya gaya hidup yang terjadi di Surabaya, semakin memajukan dibuka pusat perbelanjaan (mall) sebagai tempat untuk berbelanja (shopping) dan tempat untuk nongkrong (Semuel dan Dharmayanti, 2013).

Di Surabaya pertumbuhan kafe semakin tinggi. Menurut pengamat Bisnis Kopi dan Kafe Apkrindo (Asosiasi Pengusaha Restoran dan Kafe), sepanjang tahun 2017 kinerja industri restoran dan kafe di Surabaya mengalami pertumbuhan yang stagnan. Sementara tahun 2018, Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya dari sektor restoran ditarget naik 30 persen. Karena itu pengusaha restoran dan kafe harus kreatif. Apkrindo (Asosiasi Pengusaha Restoran dan Kafe Indonesia) Jatim, sudah menyiapkan pengembangan bisnis di sektor ini agar 2018 kinerja bisa tumbuh hingga 20 persen," jelas Tjahjono Haryono, di sela kegiatan soft launching Captain Hood Fish & Chicken di kawasan Gubeng, Surabaya, Jumat (19/1/2018).

Kota Surabaya adalah ibukota provinsi Jawa Timur, Indonesia. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia. Dengan jumlah penduduknya yang lebih dari 2 juta jiwa (perhitungan pada tahun 2014), Surabaya juga merupakan pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di kawasan timur Pulau Jawa dan sekitarnya.

Terkenal dengan sebutan Kota Pahlawan, karena sejarahnya yang sangat berperan dalam perjuangan kemerdekaan bangsa Indonesia. Meskipun Suku Jawa (53%) adalah mayoritas, namun Surabaya juga menjadi tempat tinggal berbagai suku bangsa di Indonesia, termasuk suku Madura (7.5%), Tionghoa (25.5%), Arab (7%), serta para pendatang (sisanya). Sebagai pusat pendidikan, Surabaya juga menjadi tempat tinggal mahasiswa dari berbagai daerah dari seluruh Indonesia, bahkan di antara mereka juga membentuk wadah komunitas tersendiri. Sebagai pusat dagang regional, banyak warga asing yang tinggal di daerah Surabaya, terutama di daerah Surabaya Barat.

Sebagian besar penduduknya bergerak dalam bidang jasa, industri, dan perdagangan. Di Surabaya terdapat mall-mall besar dan puluhan supermarket besar. Salah satunya adalah Marvell City. Marvell City adalah superblok yang berada di Jalan Ngagel 123. Tempat ini dibuka pada tanggal 4 Desember 2015. Pusat perbelanjaannya terdiri dari 5 lantai dengan penyewa- penyewa yang sudah terkenal sebagai perusahaan besar baik skala nasional maupun internasional. Marvell City Mall merupakan family

mall yang berkonsep untuk menyediakan seluruh kebutuhan keluarga dalam satu tempat. Di Marvell City terdapat banyak kafe salah satunya adalah Maxx Coffee.

Maxx Coffee adalah jaringan kedai kopi asli Indonesia yang berdiri sejak tahun 2015 (Tracy, 2016). Tergolong pemain baru, namun Coffee Shop yang berada di naungan PT Maxx Coffee Prima ini cukup gencar, terutama dalam hal ekspansi ritel. Sampai akhir tahun 2016, Maxx Coffee sudah membuka 77 gerai di seluruh Indonesia (Noviani, 2017). Di Jawa Timur sudah terdapat 7 gerai yang tersebar di berbagai daerah, di Surabaya sendiri ada 4 gerai yang tersebar di Grand City Surabaya, Marvell City Surabaya, Pakuwon Trade Center dan Rumah Sakit Siloam Surabaya (<http://suarakawan.com>).

Sekilas Maxx Coffee memiliki kemiripan dengan salah satu kafe dengan konsen vintage yang di dekorasi dengan warna hijau yaitu starbucks, tetapi Maxx Coffee mempunyai tampilan yang berbeda yaitu range menu kopi yang di tawarkan., dengan peralatan yang canggih dari Amerika, dan juga menghadirkan aneka kopi terbaik hasil Indonesia seperti kopi Aceh Gayo, Kintamani, dan Flores. Tujuan Maxx Coffee melakukan kemiripan dari starbucks yaitu untuk menyaingi kafe yang berasal dari luar negeri tersebut, tetapi kedepannya Maxx Coffee sudah merancang desain dan warna yang baru.

Penyajian kopi di Maxx Coffee menggunakan metode terbaru yang tengah booming di kalangan barista, yaitu metode cold brew, yakni proses menyarikan bubuk kopi dengan air es di wadah khusus. Untuk kenyamanan tempat, Maxx Coffee dirancang nyaman dan seterang mungkin. Konsep demikian disebut Geoffry. Samuel, selaku Head of Marketing, sebagai “melting pot”, yaitu tempat yang nyaman untuk berkumpulnya berbagai komunitas masyarakat, bahkan di beberapa gerai Maxx Coffee bergaya vintage dan bekerja sama dengan toko buku Books & Beyond dan fasilitas WiFi (Ladjar, 2017).

Maxx Coffee dibuka pada tanggal 16 Januari 2016 yang berlokasi di Marvell City Surabaya. Alasan penulis memilih salah satu Maxx Coffee yang berada di lokasi tersebut karena lokasi tersebut strategis. Strategis dalam arti dekat dengan perkantoran, apartement, sekolah dan beberapa kampus yang ada di lingkungan sekitar.

Tabel 1.1
Pesaing langsung Maxx Coffee Marvell City

| No | Nama Kafe |
|----|-----------|
| 1. | Excelso |
| 2. | J.CO |

Sumber: Marvell City

Kedua kafe yang ada pada tabel di atas merupakan pesaing dari Maxx Coffee yang ada di Marvell City, Surabaya. Excelso dan J.CO mempunyai dekorasi dengan suasana yang nyaman, harga coffee dan makanan, tempat yang strategis sering dilewati oleh konsumen yang berkunjung. Dan menjadikan kedua cafe tersebut menjadi pesaing pada Maxx Coffee. Harga yang hampir sama serta suasana yang nyaman membuat Excelso dan J.CO menjadi yang favorit bagi anak-anak muda ataupun orang dewasa yang senang berkumpul bersama teman-temannya dan orang-orang yang mempunyai pendapatan di atas rata-rata.

Maxx Coffee Pakuwon Mall dibuka pada bulan November 2003. Alasan memilih salah satu Maxx Coffee yang berada di lokasi tersebut karena Pakuwon Mall merupakan pusat perbelanjaan terbesar di Surabaya.

Tabel 1.2
Pesaing langsung Maxx Coffee Pakuwon Mall

| No | Nama Kafe |
|----|-----------|
| 1. | D'Journal |
| 2. | Starbucks |

Sumber: Pakuwon Mall

Kedua kafe yang ada pada tabel di atas merupakan pesaing dari Maxx Coffee yang ada di Pakuwon Mall, Surabaya. D'Journal dan Starbucks memiliki kesamaan yaitu tempat dan suasana yang nyaman, sehingga menjadikan kedua kafe tersebut pesaing pada Maxx Coffee. Kedua tempat dari pesaing Maxx Coffee yang berada di Pakuwon Mall tersebut juga menjadi favorit bagi anak-anak muda ataupun orang dewasa yang senang berkumpul bersama teman-temannya dan orang-orang yang mempunyai pendapatan di atas rata-rata.

Jadi, alasan memilih dua lokasi dari empat lokasi yang berada di Surabaya karena kedua tempat tersebut strategis dan memiliki pengunjung paling banyak dibanding lokasi lainnya.

Saat ini masyarakat mengalami perubahan gaya hidup (*Lifestyle*). Gaya hidup menurut Mowen (1995, pp.258-259) "*life-style relates to how people live, how they spend their money, and how they allocate their time. Life-styles concern the overt actions and behaviors of consumers*". Berdasarkan definisi tersebut, gaya hidup diartikan dengan bagaimana individu hidup menghabiskan uangnya, dan bagaimana orang tersebut mengatur waktunya.

Gaya hidup berpengaruh pada keseluruhan tindakan dan perilaku konsumen. Salah satu bentuk gaya hidup modern saat ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang berkumpul di kafe atau coffee shop hanya untuk bercengkrama atau foto-foto

bersama. Hal ini didukung oleh pendapat Renald Kasali, seorang pakar di bidang pemasaran yang berkata, “Ngopi kini bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian gaya hidup, dimana coffee shop menjadi yang amat diminati.” Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul.

Kewajaran harga (*Price Fairness*) melibatkan suatu perbandingan dari harga prosedur dengan standar yang bersangkutan, acuan, atau norma (Martin-Consuegra *et al*, 2007). Xia *et al*. (2004) mengungkapkan kewajaran harga kemungkinan besar didasarkan pada perbandingan transaksi yang melibatkan berbagai pihak. Ketika dirasakan terjadi perbedaan harga, maka tingkat kesamaan antar transaksi merupakan unsur penting dari penilaian kewajaran harga. Penilaian kewajaran juga tergantung pada berapa besar komperatif pihak yang terlibat dalam transaksi. Kewajaran harga juga berpengaruh pada perusahaan. Apabila kualitas produk dari Maxx Coffee tidak sesuai dengan harga, maka akan berdampak buruk pada kepuasan konsumen. Dan apabila Maxx Coffee tidak menjaga tempat atau suasana yang nyaman, maka akan berdampak buruk juga bagi kepuasan konsumen.

Purchase decision adalah proses dimana konsumen menentukan merek mana yang akan dibeli. Konsumen akan membeli merek yang paling disukai, tetapi dapat dipengaruhi oleh dua faktor yang berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian yaitu faktor sikap orang lain dan situasi yang tidak diharapkan. Niat pembelian dapat berubah apabila situasi yang dihadapi konsumen menghambat atau memaksa untuk membatalkan pembelian atau beralih kepada alternatif pilihan yang lain (Kotler, 2008).

Tabel 1.3
Jumlah pengunjung 6 bulan terakhir

| BULAN | | JUMLAH PENGUNJUNG |
|--------------|------|--------------------------|
| Agustus | 2018 | 2079 |
| September | 2018 | 2218 |
| Oktober | 2018 | 1944 |
| November | 2018 | 1819 |
| Desember | 2018 | 1873 |
| Januari | 2019 | 1884 |

Sumber: Maxx Coffee Marvell City

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah pengunjung Maxx Coffee Marvell City perbulan di setiap bulan bersifat naik turun. Hal tersebut dapat di dasari oleh beberapa hal seperti kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan dan hal lainnya. Jumlah pengunjung juga dapat berdampak pada hasil penjualan yang di terima oleh perusahaan setiap bulannya dan akan berdampak pada keuntungan yang diterima oleh perusahaan.

Tabel 1.4
Jumlah pengunjung 6 bulan terakhir

| BULAN | | JUMLAH PENGUNJUNG |
|--------------|------|--------------------------|
| Agustus | 2018 | 4655 |
| September | 2018 | 3705 |
| Oktober | 2018 | 3122 |
| November | 2018 | 3430 |
| Desember | 2018 | 2026 |
| Januari | 2019 | 2982 |

Sumber: Maxx Coffee Pakuwon Mall

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah pengunjung Maxx Coffee Pakuwon Mall lebih banyak dibanding pengunjung Maxx Coffee Marvell City. Hal ini

dapat disebabkan karena Pakuwon Mall adalah Mall terbesar di Surabaya dan juga Pakuwon Mall lebih lama beroperasi dibandingkan Marvell City.

Customer Loyalty merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbarui kontrak merek di masa yang akan datang. *Customer Loyalty* juga merupakan kunci utama perusahaan dalam bertahan di persaingan yang semakin ketat dan *Customer Loyalty* di buat dengan proses yang panjang serta berkesinambungan, dan dipupuk di sepanjang perjalanan yakni hubungan (relationship) antara pihak perusahaan dengan pelanggan.

Customer Loyalty dapat diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu: kesetiaan dalam sikap, toleransi untuk harga, pembelian yang berkelanjutan, dan perilaku rekomendasi (Chaudhuri dan Holbrook, 2001 dalam Zena dan Hadisumarto, 2012). Jika produk tidak mampu memuaskan pelanggan, pelanggan akan bersaksi dengan cara *exit* (pelanggan menyatakan berhenti membeli merek dan produk) dan *voice* (pelanggan menyatakan ketidakpuasan secara langsung pada perusahaan) (Hasan, 2008).

Loyalitas pelanggan merupakan harapan tertinggi dari banyak perusahaan, hal ini dapat terjadi apabila perusahaan mampu memberikan pengalaman yang positif dan kualitas layanan yang baik pada pelanggan menimbulkan kepuasan yang berujung pada loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan akan terlihat dari adanya pembelian ulang dikemudian hari.

Bedasarkan latar belakang inilah peneliti mengangkat tema “Pengaruh *Lifestyle* dan *Price Fairness* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Purchase Decision* sebagai Variabel Intervening pada pelanggan Maxx Coffee di Surabaya” sebagai bahan penelitian penulis.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap *Purchase Decision* pada Maxx Coffee di Surabaya?
2. Apakah *Price Fairness* berpengaruh terhadap *Purchase Decision* pada Maxx Coffee di Surabaya?
3. Apakah *Purchase Decision* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Maxx Coffee di Surabaya?
4. Apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Purchase Decision* pada Maxx Coffee di Surabaya?
5. Apakah *Price Fairness* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Purchase Decision* Maxx Coffee di Surabaya?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Lifestyle* terhadap *Purchase Decision* pada Maxx Coffee di Surabaya.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Price Fairness* terhadap *Purchase Decision* pada Maxx Coffee di Surabaya.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Purchase Decision* terhadap *Customer Loyalty* Maxx Coffee di Surabaya.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Lifestyle* terhadap *Customer Loyalty* pada Maxx Coffee di Surabaya.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Price Fairness* terhadap *Customer Loyalty* pada Maxx Coffee di Surabaya.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia marketing terutama yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi *Purchase Decision dan Customer Loyalty* ditinjau dari faktor *Lifestyle dan Price Fairness*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan teori-teori yang sudah di dapat di bangku kuliah.

2. Bagi pihak Maxx Coffee di Surabaya

Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi pihak Maxx Coffee di Surabaya terutama dalam hal yang menyangkut tentang gaya hidup dan keadilan harga kafe terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh *Lifestyle dan Price Fairness* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Purchase Decision* sebagai variabel intervening.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang uraian dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, hubungan antar variable, model penelitian, dan Hipotesis.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai Desain Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Populasi, Sampel, Teknik Penyampelan, dan Teknik Analisis Data.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Sebagai langkah akhir dalam penulisan skripsi, bab ini berisi tentang simpulan yang didapatkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, keterbatasan dalam penelitian, serta saran yang bermanfaat bagi manajemen Maxx Coffee di Surabaya dan berguna bagi penelitian mendatang.