

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia, pasar yang menguntungkan bagi perusahaan di bidang kuliner, dikarenakan banyaknya jumlah populasi penduduk Indonesia, bahkan pada tahun 2019 jumlah penduduk Indonesia mencapai 268 juta penduduk (Badan Pusat Statistik, 2020). Berkembangnya jumlah penduduk yang diikuti dengan gaya hidup masyarakat yang semakin modern, menyebabkan sektor kuliner Indonesia tumbuh sebanyak 12,7% (SindoNews.com, 2019). Apkrindo Jawa Timur mengatakan bahwa sektor kuliner mengalami pertumbuhan mencapai lebih dari 20 persen selama tahun 2018. Tjahjono Haryono, ketua Apkrindo Jatim mengatakan bahwa khususnya di Surabaya saat ini kuliner sudah menjadi suatu destinasi (Radar Surabaya.id, 2020). Salah satu usaha yang ikut tumbuh dan berkembang di kalangan masyarakat adalah kafe berbasis kopi.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2013 mendefinisikan kafe merupakan tempat penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan alat dan perlengkapan untuk menunjang proses produksi, penyimpanan dan penyajian. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan, tren pertumbuhan kafe berbasis kopi mencapai 20 persen, khususnya di Kota Surabaya (Tribun Jatim.com, 2019). Tjahjono Haryono mengatakan bahwa kapasitas industri kafe berbasis kopi di masa mendatang masih sangat menjanjikan, hal tersebut dikarenakan bahan baku kopi saat ini bisa didapatkan langsung dari Sentra Kopi Jawa Timur (RRI.co.id, 2019).

Sebagai pelaku bisnis khususnya pada usaha kafe berbasis kopi, pertumbuhan gaya hidup dan juga pesaing bisnis sangat penting untuk diperhatikan.

Sehingga pelaku bisnis harus memahami salah satu perilaku konsumen yaitu *repurchase intention*. Upaya untuk menjaga *repurchase intention* tersebut berkaitan dengan menjaga *product quality* dari barang ataupun jasa yang di tawarkan kepada konsumen. *Product quality* adalah kualitas yang mencakup proses, manusia, jasa, produk, ataupun lingkungan yang sesuai atau melampaui harapan konsumen; kualitas menggambarkan kondisi yang selalu berubah (Tjiptono, 2012). Kotler dan Armstrong (2014) berpendapat bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya yang meliputi ketahanan dalam segala kondisi, konsistensi produk, akurasi produk, kemudahan pengoperasian dan perawatan produk, serta karakteristik produk lainnya.

Menurut Kotler dan Keller (2012) *service quality* dapat memberikan dorongan yang kuat kepada konsumen atau konsumen untuk memberikan hubungan yang baik kepada pelaku usaha. Konsumen juga dapat menilai kualitas suatu pelayanan tidak hanya berdasar pada hasilnya, melainkan juga dari memperhitungkan bagaimana proses pemberian layanan itu. Pelayanan baik yang diberikan kepada konsumen atau konsumen akan membuat mereka menjadi senang ataupun puas terhadap produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Menurut Micu dkk. (2013) *customer satisfaction* adalah perasaan yang dihasilkan oleh konsumen setelah membandingkan harapan mereka dengan hasil produk yang sebenarnya. Jika hasil produk dapat melebihi harapan atau ekspektasi, maka konsumen akan merasa puas; begitupun sebaliknya. Oleh sebab itu, pelaku usaha perlu memperhatikan tingkat kepuasan konsumen, dengan demikian konsumen yang merasa puas diharapkan akan berniat untuk melakukan pembelian kembali.

Menurut Gunarso (2005) *intention* adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap konsumen yang mendasari perilaku pembelian kembali produk atau jasa yang diberikan oleh pelaku usaha. *Repurchase intention* adalah tolak ukur bagaimana konsumen dapat memberikan kesan yang positif ketika mengkonsumsi produk/jasa yang diberikan oleh perusahaan dan berniat untuk mengkonsumsi ulang produk/jasa tersebut (Cronin dkk. 1992). Dengan demikian

konsumen yang puas akan produk/jasa yang diberikan diharapkan dapat loyal dan melakukan pembelian kembali.

Terdapat banyak kafe yang beroperasi khususnya yang menjual minuman kopi di Surabaya, salah satunya adalah *One Eighteenth Coffee* yang terletak di Jl. Siwalankerto No. 118. *One Eighteenth Coffee* buka dari pukul 10.00 hingga 23.00. *One Eighteenth Coffee* menawarkan berbagai macam jenis minuman kopi dan berbagai jenis makanan seperti pasta, waffle, potato fries, dan lain - lain. Konsep desain ruangan kafe adalah desain monokrom yang bertujuan untuk membuat konsumen lebih nyaman, ruang yang terlihat lebih luas, dan terlihat lebih modern dari biasanya. *One Eighteenth Coffee* juga memberikan fasilitas penunjang seperti musik yang menenangkan, pencahayaan yang baik, dan juga bangku yang nyaman. Beberapa fasilitas tersebut diberikan oleh *One Eighteenth Coffee* agar konsumen merasa nyaman dan mendapatkan pengalaman yang berkesan.

One Eighteenth Coffee sudah berdiri sejak tahun 2015 dan telah mengalami perkembangan di tiap waktunya. Perkembangan yang paling terlihat adalah pada bagian menunya. Menu yang diberikan *One Eighteenth Coffee* berubah setiap waktunya tergantung pada tren yang sedang terjadi di pasaran. Salah satu contohnya adalah trend minuman “Boba Tea”. Bahan dasar dari boba adalah tepung tapioka, tetapi rasa manis dari boba berasal dari gula atau madu yang sudah direndam terlebih dahulu. Setelah melalui proses perendaman, tepung diberi gula merah dan air panas. Kemudian buat tepung tersebut menjadi bola-bola kecil yang bentuknya menyerupai bola. Bola ini nantinya dimasak hingga teksturnya menjadi membal dan kenyal. Tujuan *One Eighteenth Coffee* melakukan inovasi tersebut adalah untuk menjangkau pasar secara lebih luas dan juga untuk mengikuti tren yang sedang terjadi di pasaran.

One Eighteenth Coffee terletak di Jl. Siwalankerto No. 118, Surabaya. Lokasi tersebut terletak berdekatan dengan Universitas Kristen Petra. Hal tersebut menjadikan target pasar terbesar *One Eighteenth Coffee* adalah mahasiswa yang berkuliah di Universitas Kristen Petra. Alasan mahasiswa yang berkunjung ke *One Eighteenth Coffee* adalah untuk mengerjakan tugas atau berkumpul dengan teman-teman maupun keluarga.

Penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Giantari (2020), dengan judul “Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Repurchase Intention”. Penelitian ini menargetkan konsumen Berrybenka.com di Denpasar, Bali, dengan jumlah sampel 105 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan niat membeli kembali. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli kembali.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Bellyanti dan Rahyuda (2019) menjadi bahan referensi lain yang digunakan dalam penelitian ini yang berjudul “*Role of Customer Satisfaction Mediated Relationship Between Service Quality and Price Fairness on Repurchase Intentions*”. Penelitian ini dilakukan untuk konsumen PT. Cahaya Putra Jaya Bali dengan jumlah sampel 54 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan niat membeli kembali. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada niat membeli kembali. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dalam niat membeli kembali dan kewajaran harga dalam niat membeli kembali, tetapi tidak secara keseluruhan.

Akan tetapi terdapat penelitian lain dengan hasil yang bertentangan di bandingkan dengan penelitian diatas. Abdullah dan Suyono (2019), mengatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan pada niat beli kembali Kopi Gaptex di Surabaya. Selain itu penelitian dari Anhar (2018), juga mengatakan *service quality* tidak mempunyai pengaruh langsung secara signifikan terhadap *repurchase intention* pada maskapai penerbangan Citilink.

Alasan *One Eighteenth Coffee* dipilih sebagai objek penelitian karena bisnis di bidang *coffee shop* saat ini mengalami peningkatan di tiap tahunnya. Hal tersebut dikarenakan masyarakat saat ini suka menghabiskan waktunya seperti nongkrong, mengerjakan tugas, dan sebagainya di *coffee shop* khususnya para anak muda. *One Eighteenth Coffee* sendiri dipilih sebagai objek penelitian juga karena menawarkan

harga yang ramah di kantong para pelajar/mahasiswa tetapi tetap dengan memberikan kesan yang mewah, tidak kalah dengan para pesaing di atasnya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh kopi seperdelapan belas dan berbagai fasilitas penunjang, peneliti tertarik untuk memahami apakah kedua variabel tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan dan niat membeli kembali di kafe. Oleh karena itu, judul dari penelitian ini adalah: Pengaruh *Product Quality* dan *Service quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Repurchase intention* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari gambaran umum di atas terdapat beberapa rumusan permasalahan bisa diidentifikasi, yaitu:

1. Apakah *product quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya?
2. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya?
4. Apakah *product quality* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya?
5. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya.

3. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh *product quality* terhadap *repurchase intention* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian yang lebih mendalam, terkait dengan *product quality*, *service quality*, *customer satisfaction*, dan *repurchase intention*.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi praktis kepada para pelaku bisnis untuk membantu mereka mengambil keputusan untuk meningkatkan *customer satisfaction* dan *repurchase intention*, terutama yang berkaitan dengan *product quality* dan *service quality*.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan skripsi terdiri dari 5 bab yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas seputar landasan teori, penelitian terdahulu, pengaruh antar variabel, dan model penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, alat dan

metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang simpulan, batasan dan saran tentang penelitian yang dilakukan.