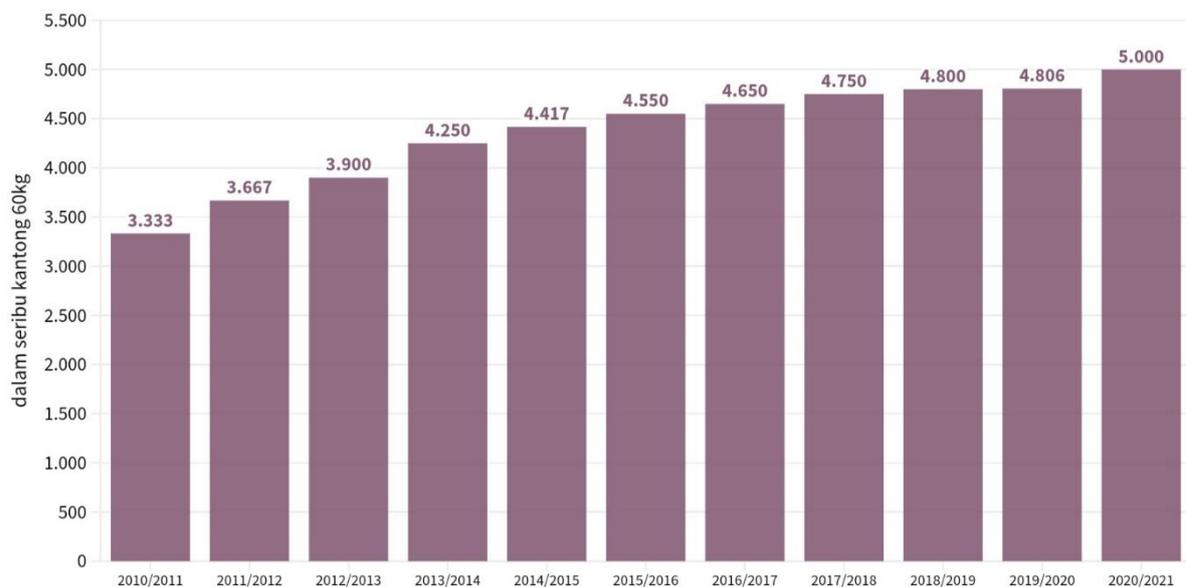


# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu hasil pertanian terbaik yang ada di Indonesia. Indonesia merupakan produsen kopi terbesar ke-4 di dunia bersama Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Diakui atau tidak, perdagangan dan produksi kopi merupakan warisan masa penjajahan Belanda. Bahkan setelah mereka pergi, masyarakat Indonesia memodifikasinya dengan cara kita sendiri. Pada awalnya, kopi banyak dinikmati oleh orang tua dengan racikan kopi hitam tanpa gula yang biasanya kita sebut kopi ireng. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya zaman, saat ini kopi memiliki berbagai macam varian dan rasa serta diminati oleh kalangan anak muda. Seperti yang kita ketahui, anak muda zaman sekarang sering nongkrong dengan teman-temannya dan salah satu tempat yang dituju yaitu *coffee shop*. *Coffee shop* tidak hanya dijadikan tempat untuk nongkrong atau bercengkerama dengan teman-teman saja tetapi *coffee shop* juga bisa dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas dan belajar sambil menikmati suasana dan sensasi kopi yang disajikan di *coffee shop* tersebut. Dikarenakan banyaknya masyarakat Indonesia yang mengonsumsi kopi, berikut peneliti cantumkan data konsumsi kopi di Indonesia.



**Gambar 1.1**

**Data Konsumsi Kopi di Indonesia (2010-2021)**

Sumber: Data Indonesia, 2022 (ICO)

Berdasarkan Gambar 1.1 menurut data *International Coffee Organization*, konsumsi kopi di Indonesia mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram pada periode 2020/2021. Jumlah itu meningkat 4,04% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 4,81 juta kantong berukuran 60 kg. Konsumsi kopi di Indonesia pada 2020/2021 pun menjadi yang tertinggi dalam sedekade terakhir. Lebih lanjut, konsumsi kopi Indonesia menjadi salah satu yang terbesar di dunia. Indonesia berada di urutan kelima atau di bawah Jepang yang konsumsi kopinya mencapai 7,39 juta kantong berukuran 60 kg. Sedangkan, produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada 2022. Nilai tersebut naik 1,1% dari tahun sebelumnya yang sebesar 786,2 ribu ton. Dari data diatas seorang wirausaha harus bisa melihat peluang dan memanfaatkannya semaksimal mungkin sebagai pemilik usaha.

Setiap orang memiliki kesibukan yang tingkat kesulitannya berbeda-beda, dampak dari kesibukan tersebut membuat seseorang jenuh dan lelah sehingga membutuhkan waktu untuk rehat dari semua kesibukan yang ada. Oleh karena itu, sebuah peluang tercipta dari adanya kesibukan masyarakat untuk memiliki suatu ruang untuk beristirahat dan merilekskan pikiran di sebuah *coffee shop* atau kedai kopi.

Saat ini, persaingan usaha *coffee shop* semakin ketat. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan yaitu dengan memiliki suatu hal yang berbeda. Cita rasa bisa menjadi alternatif untuk membedakan suatu *coffee shop* satu dengan yang lainnya. Cita rasa bisa menjadi poin lebih bagi pelanggan untuk datang kembali dan merasa puas karena tidak ada tempat lain yang memiliki cita rasa yang sama dan senikmat ini. Menurut (Drummond & Brefere, 2010) dalam kutipan (Jamal & Busman, 2021) cita rasa merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa. Berdasarkan pendapat (Drummond KE & Brefere LM, 2010), ada lima indikator yang akan digunakan untuk mengukur cita rasa ini, yaitu pertama bau, ciri khas dan aroma, kedua rasa dan yang ketiga tekstur atau bentuk dari produk tersebut. Dengan adanya cita rasa ini menjadikan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut (Arianto, 2018:83) dalam kutipan (Juita & Widaningsih, 2023), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan pelanggan serta kecepatan terpenuhinya harapan pelanggan. Kualitas layanan berlaku untuk semua jenis layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan ketika pelanggan bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Menurut (Kotler dan Keller, 2016) dalam kutipan (Govinaza & Budiani, 2022), terdapat lima dimensi dari kualitas pelayanan. Pertama *Reliability* (Kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan

dan akurat. Kedua, *Tangibles* (bukti fisik) yaitu penampilan fasilitas, fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari karyawan tersebut. Ketiga, *Responsiveness* (Kepekaan) yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Keempat, *Assurance* (Jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya dan percaya diri. Kelima, *Empathy* (Empati) yaitu perhatian, perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan.

Kualitas produk yang dihidangkan juga memberikan suatu kepuasan para pelanggan. Dengan adanya kualitas produk, membuat para pelanggan bisa menilai produk tersebut layak atau tidak. Kualitas produk merupakan salah satu cara untuk menentukan rasa, visual yang disajikan. Menurut (Wijaya, 2011) dalam kutipan (Manggala & Adirinekso, 2022) kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Sedangkan menurut (Runtunuwu et al., 2014) kualitas produk adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk, ataupun sebuah atribut bernilai lainnya.

(Priharto, 2020) dalam kutipan (Wiryawan & Puspita, 2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut (Bahrudin, M., dan Zuhro, S, 2016) dalam kutipan (Lumempow et al., 2023) mengemukakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa. Sedangkan (Tjiptono, 2014) dalam kutipan (Aquino & Alam, 2023) mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan dari membeli, menggunakan serta mengonsumsi suatu produk secara berkelanjutan sesuai dengan keinginan dan kepuasan pelanggan.

Jember merupakan salah satu kota yang ada di Jawa Timur yang penduduknya memiliki berbagai ras dan budaya yang berbeda-beda. Kota Jember seringkali disebut sebagai kota pelajar dikarenakan banyaknya perguruan tinggi yang ada di Jember. Oleh karena itu, banyak masyarakat pendatang khususnya yang berstatus mahasiswa tinggal di kota Jember. Padatnya rutinitas kegiatan sebagai mahasiswa membuat seseorang mudah stres, lelah dan jenuh dengan tugas-tugas sehingga membutuhkan ruang untuk bersantai dengan cara mengistirahatkan diri

dan pikiran. Selain itu, Jember juga menjadi salah satu kota penghasil kopi di Indonesia sehingga tidak heran apabila banyaknya kedai kopi yang menjamur di kota Jember.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) arti kata kekinian adalah keadaan kini atau sekarang. Kedai kopi kekinian merupakan kedai kopi yang selalu mengikuti tren yang ada di masyarakat. Di kota Jember terdapat banyak kedai kopi yang diminati anak muda zaman sekarang. Berikut data kedai kopi yang ada di kota Jember.

**Tabel 1.1**

**Kedai Kopi Kekinian di Jember**

| No. | Nama                     | Alamat                             |
|-----|--------------------------|------------------------------------|
| 1.  | Fox <i>Coffee</i> Jember | Jl. Bondoyudo Jember               |
| 2.  | Janji Jiwa               | Jl. Kalimantan No. 12 Jember       |
| 3.  | Pesenkopi                | Jl. Kalimantan No. 14 Jember       |
| 4.  | Kesuwon                  | Jl. Mastrip No. 55 Jember          |
| 5.  | Beli Kopi                | Jl. Jawa No. 48 Jember             |
| 6.  | Eterno <i>Coffee</i>     | Jl. Tidar Jember                   |
| 7.  | Lofi <i>Coffee</i>       | Jl. Cendrawasih 01 Jember          |
| 8.  | Puspa Rasa Kopi          | Perumahan Mastrip Blok X6 Jember   |
| 9.  | Kopixel                  | Jl Sumatra – KPRI Lt 2 Jember      |
| 10. | Kopi Siip                | Jalan Trunojoyo Jember             |
| 11. | Kopi Kenangan            | Jl. Kalimantan No. 84B Jember      |
| 12. | Samen <i>Coffee</i>      | Jl. Perum Gunung Batu Jember       |
| 13. | Tigakata                 | Jl. Letjen Panjaitan No. 88 Jember |
| 14. | Discuss <i>Coffee</i>    | Jl. Jawa II Jember                 |
| 15. | Sejalan <i>Coffee</i>    | Jl. Citarum No. 05 Jember          |
| 16. | Klab <i>Coffee</i>       | Jl. Tidar No. 09 Jember            |
| 17. | Ezzy <i>Coffee</i>       | Jl. Semeru Jember                  |
| 18. | Noctis <i>Coffee</i>     | Jl. Tidar Jember                   |
| 19. | Subur <i>Coffee</i>      | Perum Gunung Batu F3 Jember        |
| 20. | Birdnest <i>Coffee</i>   | Jl. Wijaya Kusuma No. 58 Jember    |

Sumber : data primer diolah, 2023

Data Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat banyak pesaing *Fox Coffee* di Kota Jember yang mengusung konsep kedai kopi kekinian yang diracik khusus oleh barista dan terdapat layanan pesan *online*. Hampir setiap bulan muncul kedai kopi kekinian baru di Jember, sehingga membuat *Fox Coffee* meningkatkan kualitas serta strateginya agar tetap bertahan dan dapat bersaing dengan kedai kopi kekinian lainnya. Strategi yang harus ditingkatkan salah satunya yaitu pada kualitas produk. Kualitas produk salah satu bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas produk telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu usaha. Salah satu kedai kopi kekinian yang cukup bergairah melakukan ekspansi bisnis yaitu Kedai *Fox Coffee* Jember. Kedai *Fox Coffee* Jember ini bisa melayani *order* secara *online* dikarenakan semakin pesatnya perkembangan teknologi. Mereka bekerjasama dengan Grabfood dan Gofood yang memudahkan pelanggan untuk memesan dari rumah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kedai *Fox Coffee* Jember selalu mengikuti perkembangan dan tren yang ada di masyarakat.

Menurut (Husna, 2021) dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya dari Universitas Labuhanbatu, bahwa Kualitas pelayanan (X1), Promosi (X2), Harga (X3), Kualitas produk (X4), dan Cita rasa (X5) secara simultan ditemukan pengaruh yang nyata kelima variabel secara simultan untuk menentukan Kepuasan pelanggan (Y) pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya dengan kontribusi sebesar 22,9%.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh (Husna, 2021) yaitu dari variabel, indikator dan objeknya. Perbedaan variabel antara penelitian ini dengan penelitian diatas yaitu penelitian ini tidak menggunakan variabel promosi dan harga. Untuk objeknya sendiri penelitian ini mengambil objek *Fox Coffee* Jember yang bergerak pada bidang minuman kafe khususnya kopi sedangkan penelitian diatas mengambil objek Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya yang bergerak dalam bidang makanan.

*Fox Coffee* Jember merupakan salah satu usaha di Kabupaten Jember yang bergerak dalam bidang kafe minuman, terletak di Jalan Bondoyudo, Kp. Using, Jember Lor, Kec. Patrang, Kab. Jember. Kafe ini berkonsep vintage namun didesain secara modern. Ditengah persaingan *coffee shop* yang semakin ketat saat ini, *fox coffee* yang berdiri sejak Desember 2019 mencoba merebut pangsa pasar di wilayah Jember kota. Dengan suasana vintage yang nyaman dan erat dengan suasana rumah. *Coffee shop* ini menarik untuk diteliti karena ditengah persaingan yang sangat ketat pada *coffee shop* terbukti *Fox Coffee* mampu bersaing, hal ini dapat diketahui dari

meningkatnya jumlah pembelian dalam satu tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen banyak yang menyukai Fox *Coffee* Jember dan melakukan pembelian pada kafe tersebut. Dalam berupaya menciptakan kepuasan konsumen untuk dapat bersaing terutama dengan *coffee shop* yang sudah berdiri dan terkenal di Kota Jember.

Menurut (Kurniawan, 2014) perusahaan diharapkan mampu menciptakan produk yang diharapkan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan dalam menciptakan produk diharapkan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Meningkatkan penjualan merupakan tujuan utama dalam sebuah bisnis, dengan begitu dapat dilihat dari data penjualan yang didapatkan di Fox *Coffee* Jember selama 1 tahun pada tahun 2022 sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Fox *Coffee* Jember Selama 1 Tahun (2022-2023)**

| Bulan            | Penjualan   | Naik/Turun      |
|------------------|-------------|-----------------|
| November (2022)  | 738 minuman | -               |
| Desember (2022)  | 769 minuman | (+) 31 minuman  |
| Januari (2023)   | 655 minuman | (-) 114 minuman |
| Februari (2023)  | 712 minuman | (+) 57 minuman  |
| Maret (2023)     | 593 minuman | (-) 119 minuman |
| April (2023)     | 641 minuman | (+) 48 minuman  |
| Mei (2023)       | 569 minuman | (-) 72 minuman  |
| Juni (2023)      | 832 minuman | (+) 263 minuman |
| Juli (2023)      | 719 minuman | (-) 113 minuman |
| Agustus (2023)   | 742 minuman | (+) 23 minuman  |
| September (2023) | 867 minuman | (+) 125 minuman |
| Oktober (2023)   | 783 minuman | (-) 84 minuman  |

Sumber : data primer diolah, 2023

Dari Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Fox *Coffee* Jember mengalami penjualan yang naik turun setiap bulannya, terlihat pada bulan Juli mengalami penurunan sebesar 113 minuman, dan mengalami peningkatan yang drastic pada bulan Juni sebesar 263 minuman. Dapat diartikan bahwa penjualan Fox *Coffee* Jember dapat dikatakan baik, dengan adanya cita rasa,

kualitas pelayanan serta produk yang nyaman dan strategi promosi yang dilakukan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan dari semua kalangan untuk meningkatkan penjualan pada *Fox Coffee Jember*.

Berdasarkan survei pra-penelitian yang dilakukan peneliti terdapat beberapa masalah seperti rasa kopi yang terlalu cepat hilang keaslian kopinya dikarenakan es batu yang cepat mencair sehingga merubah cita rasa kopinya, pelayanan yang kurang memuaskan dikarenakan terkadang waitress salah memberikan pesanan yang dipesan pelanggan serta semakin banyaknya *competitor coffee shop* yang ada di Jember. Selain itu, wi-fi yang ada di *Fox Coffee* juga menjadi salah satu hal yang kurang memuaskan pelanggan dikarenakan wi-fi yang ada di *Fox Coffee* sering trouble dan jika kafe sedang ramai maka wi-fi akan terasa begitu lambat. Hal ini sudah sering terjadi dan pelanggan juga sudah sering menyampaikan ke pihak kafe masalah wi-fi nya. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di *Fox Coffee Jember*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti berkeinginan meneliti *Fox Coffee Jember* dengan judul Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di *Fox Coffee Jember*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Fox Coffee Jember* ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Fox Coffee Jember* ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Fox Coffee Jember* ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan Fox *Coffee* Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Fox *Coffee* Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Fox *Coffee* Jember.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, yaitu:

1. Bagi Peneliti  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang bermanfaat.
2. Bagi Perusahaan (Fox *Coffee* Jember)
  - a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan dan dasar pertimbangan manajer perusahaan, dalam menerapkan cita rasa, kualitas pelayanan dan produk yang sesuai dan baik sehingga dapat memberikan perbaikan dimasa mendatang.
  - b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pelanggan untuk menilai kualitas Fox *Coffee* Jember dari segi cita rasa, pelayanan dan kualitas produk menunya.
3. Bagi Pihak Lain
  - a. Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan nilai tambahan pengetahuan bagi pembaca khususnya rekan-rekan mahasiswa yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut tentang cita rasa, kualitas pelayanan dan kualitas produk.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian berikutnya dalam ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu cita rasa, kualitas pelayanan dan kualitas produk khususnya.