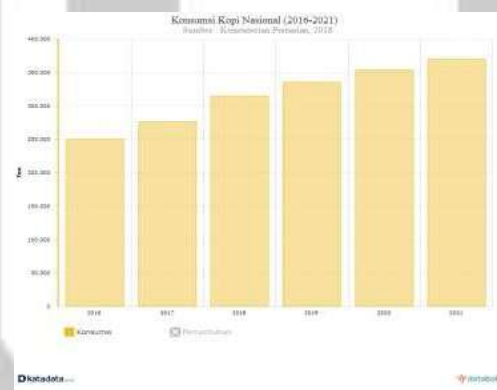


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan zaman saat ini banyak sekali usaha mengenai kedai kopi. Hal tersebut dapat dilihat di Surabaya tidak hanya di tengah kota saja yang ada kedai kopi, di pinggiran kota juga banyak terdapat kedai kopi. Kota Surabaya merupakan salah satu kota yang berkembang dan terbesar di Pulau Jawa. Surabaya menjadi kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia akan memberikan peluang yang besar bagi para pembisnis yang ingin mendirikan beberapa usaha pada bidang kuliner terutama kedai kopi. Banyaknya kedai kopi membuat persainganpun semakin ketat, seperti yang dikutip dari apkrindo pertumbuhan dunia kuliner khususnya di Surabaya akan berada di atas 20%. Dari berbagai tempat yang bisa dijadikan pilihan untuk berkumpul atau melakukan aktivitas lainnya, kedai kopi menjadi salah satu pilihan masyarakat karena hanya dengan membeli secangkir kopi kita sudah bisa menikmati suasana yang tersedia. Hal ini berarti banyak sekali terjadi persaingan antara kedai kopi tersebut untuk mendapatkan loyalitas dari para pelanggannya agar tetap membeli di kedai kopi tersebut.



Sumber: Kementerian Pertanian, 2018

Gambar 1.1
KONSUMSI KOPI NASIONAL

Menurut Tjiptono (2000), juga menyimpulkan bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Jadi loyalitas sangat penting karena jika pelanggan senang atau mendapatkan hal positif dari pelayanan kedai kopi Janji Jiwa di Surabaya pelanggan akan tetap membeli di kedai kopi Janji Jiwa di Surabaya tersebut dan akan menarik pelanggan lainnya untuk datang ke kedai kopi tersebut.

Loyalitas juga bisa terbentuk dari kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2007), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Sesuai dengan penelitian Chusnul Rofiah dan Dwi Wahyuni (2017), yang membuktikan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Berbeda dengan penelitian Chusnul Rofiah dan Dwi Wahyuni (2017), hasil penelitian Al Amwal, Vol 9, No 2, (2017) membuktikan bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Dengan kata lain seseorang akan merasa puas jika mendapatkan apa yang diinginkan atau apa yang sesuai dengan apa yang diharapkan dan orang tidak akan merasa puas jika tidak menerima apa yang diharapkannya.

Sebagai contoh kopi Janji Jiwa mengutamakan kepuasan dengan cara sering meluncurkan merchandise edisi terbatas yang digemari kaum muda misalnya tumblr, totebag, kemeja. kopi Janji Jiwa juga menggunakan kopi robusta yang berasal langsung dari Sumatera, jadi untuk pecinta kopi pasti akan menikmati rasa dari kopi Janji Jiwa tersebut. Dan itu akan mengambil sisi positif kepuasan pelanggan untuk kembali ke kopi Janji Jiwa.

Kopi Janji Jiwa perlu meneliti tentang loyalitas untuk bisa bersaing di era perkembangan zaman saat ini yang sangat banyak kedai kopi. Menurut Lovelock dan Wright (2005) loyalitas adalah keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus

berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Disini kopi Janji Jiwa juga menyediakan layanan grab dan go untuk mengantarkan minuman kepada konsumen. Ditengah kegiatan yang padat ini konsep ini adalah pilihan yang terbaik karena praktis dan simpel. Hal ini kopi Janji Jiwa sangat penting memperhatikan loyalitas dari para konsumennya. Jika konsumennya mendapatkan kepuasan otomatis konsumen tersebut akan tetap loyalitas dan akan datang ke kopi Janji jiwa tersebut.

Tabel 1.1

TOP BRAND INDEX FASE 1 2021

BRAND	TBI 2021	
Janji Jiwa	39.5%	TOP
Kenangan	36.7%	TOP
Kulo	12.4%	TOP
Fore	6.4%	

*Kategori online dan offline

Sumber: https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=janji%20jiwa

Tabel diatas dapat dilihat kopi Janji Jiwa berada di urutan persentase paling atas. Ini menunjukkan kopi Janji Jiwa berada diatas para pesaingnya yaitu kopi kenangan, kopi kulo, dan kopi fore. Di dalam persaingan yang sangat luas, dan pesaing banyak menggunakan produk andalannya yang sama yaitu es kopi yang digmari para kaum muda di zaman sekarang.

Saat ini kesetiaan konsumen masih menjadi faktor utama bagi kopi Janji Jiwa, karena banyaknya kedai kopi yang buka. Kopi Janji Jiwa ini

memiliki beragam banyak konsep pemasaran yang diterapkan, dari mulai dekorasi yang menarik, penyajian menu yang menarik, dan memiliki pelayanan yang mempunyai ciri khas. Di masa yang seperti ini kopi Janji Jiwa juga menggunakan konsep grab and go yang menjadi fokus utama untuk melayani para konsumennya. Selain itu kopi Janji Jiwa juga sering mengadakan promo dan menggunakan sosial media untuk memberitahu kepada konsumen. Jadi hal ini akan menarik konsumen untuk datang ke kopi Janji Jiwa dan akan mendapatkan loyalitas. Menurut Tjiptono, (2000) juga menyimpulkan bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Jadi loyalitas sangat diperhatikan kopi Janji Jiwa untuk menarik para konsumennya agar tetap membeli produk dari Janji Jiwa.

1.2 Perumusan masalah

Perumusan masalah juga dapat didefinisikan sebagai suatu kalimat pernyataan yang disusun berdasarkan adanya masalah tersebut dan akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data dalam suatu proses penelitian. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada kopi Janji Jiwa di Surabaya ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap nilai emosional pada kopi Janji Jiwa di Surabaya?
3. Apakah nilai emosional berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada kopi Janji Jiwa di Surabaya?

4. Apakah nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada kopi Janji Jiwa di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, sesuatu yang akan diperoleh setelah penelitian selesai, juga sesuatu yang akan dicapai atau ditangani dalam suatu penelitian. Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pada kopi Janji Jiwa di Surabaya.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap nilai emosional pada kopi Janji Jiwa di Surabaya.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh nilai emosional terhadap loyalitas pada kopi Janji Jiwa di Surabaya.
4. Menganalisis signifikansi pengaruh nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pada kopi Janji Jiwa di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang diharapkan dapat berguna untuk :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi terhadap perusahaan mengenai pengaruh kualitas layanan, kepuasan, nilai emosional dan nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pada kopi Janji Jiwa di Surabaya

2. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk menerapkan teori yang sudah didapat selama perkuliahan dan memberikan informasi pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan, kepuasan, nilai emosional dan nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pada kopi Janji Jiwa di Surabaya

3. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi, wawasan dan tambahan referensi bagi pembaca untuk mengetahui mengenai pengaruh kualitas layanan, kepuasan, nilai emosional dan nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pada kopi Janji Jiwa di Surabaya

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam sub bab ini, maka akan menguraikan sistematika penulisan penelitian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan mengenai latar belakang masalah. Rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai acuan penelitian, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi ,sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, instrumen penelitian , serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan menguraikan tentang tanggapan responden berdasarkan usia, jenis kelamin, aktivitas, kota domisili, dan frekuensi melakukan transaksi. Selanjutnya pada bab ini juga membahas dan menjelaskan mengenai hasil uji validitas, uji reliabilitas, dan hasil masing-masing variabel serta hasil analisis hipotesis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan membahas tentang kesimpulan, hasil penelitian, dan saran bagi perusahaan maupun pada peneliti selanjutnya, sehingga dapat berguna pada kedepannya.