

## BAB I

### PENDAHULUAN

---

#### 1.1 Latar Belakang

Industri *Coffee Shop* saat ini sangat berkembang pesat dan sangat diminati oleh semua kalangan dari generasi muda hingga generasi tua. Coffee shop pada masa ini tidak hanya sebagai tempat konsumsi melainkan juga sebagai tempat berkumpul, tempat mengerjakan tugas bagi mahasiswa, tempat rapat (*Private Space*) dan sebagai dapat juga digunakan untuk bussines meeting. Seiring berkembangnya waktu coffee shop mengalami perubahan mulai dari konsep hingga penyajiannya sesuai dengan kebutuhan pembeli karena permintaan konsumen saat ini akan kopi sangat tinggi sehingga banyak pengusaha yang mencoba untuk membuka Coffee Shop nya sendiri. Coffee Shop pada awalnya identik dengan harga yang mahal dan biasanya di datangi oleh kelas menengah keatas sekarang dapat di nikmati oleh semua kalangan mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja hingga lansia karena harga nya yang bervariasi kita dapat menemukan kopi dengan tempat yang nyaman dengan harga mulai dari Rp10.000,-. Dengan adanya gaya hidup baru dimana kopi dapat di katakan sebagai kebutuhan sehari- hari maka, semakin banyak pengusaha bersaing untuk menjalankan bisnis Coffee Shop. Dengan semakin meningkat nya jumlah Coffee Shop yang ada persaingan semakin tinggi, oleh karena itu pemilik Coffee Shop harus mempertahankan kualitas terbaiknya agar pelanggan tetap berdatangan. Pelanggan merupakan faktor terpenting dari perkembangan suatu perusahaan, pemilik Coffee Shop harus mempertahankan kualitas dan memberikan kesan yang terbaik untuk pelanggan sehingga pengunjung menjadi *loyal costumer*. Popolo Coffee adalah salah satu Coffee Shop lokal berada di kabupaten Bogor yang memiliki tiga cabang berlokasi di Bogor Kota, Yasmin dan Sentul City. Toko kopi ini berawal dari satu cabang yang berlokasi Jalan Loader No. 9, Bogor karena

sangat diminati oleh pelanggan Popolo Coffee mulai membuka cabang di Sentul City lalu di Yasmin Bogor dan sangat sukses karena semua cabang Coffee Shop Popolo selalu ramai pengunjung. Setiap toko memiliki konsep minimalis, modern dan unik meskipun tidak terlalu besar tetapi sangat nyaman untuk pengunjung yang datang. Popolo Coffee selalu memberikan kesan yang baik pada pengunjung, tidak hanya untuk kalangan remaja tetapi untuk kalangan dewasa dan anak-anak juga dapat mengunjungi Café tersebut karena disediakan *Coloring Kit* gratis sehingga anak-anak dapat berkreasi saat orang tua sedang bercengkrama. Popolo Coffee membangun loyalitas merek secara kualitas fisik, perilaku karyawan, kesesuaian diri yang ideal, identifikasi merek, dan keselarasan gaya hidup.

Menurut Ahmed et al., 2014, setiap perusahaan ingin menarik perhatian pelanggan baru dan menciptakan perasaan yang kuat dari konsumen terhadap merek. Kepuasan konsumen adalah faktor penting yang dapat mengarahkan konsumen kepada tujuan tersebut. Jika konsumen puas dengan merek dan produk yang digunakan, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dan menunjukkan komitmen kepada merek tertentu. Sedangkan Brand loyalty adalah kunci suatu perusahaan untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Dengan adanya brand loyalty dapat membantu menciptakan hubungan antara konsumen dan perusahaan. Oleh karena itu, loyalitas merek membantu perusahaan untuk bersaing secara efektif. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa faktor yang paling penting dalam merek adalah loyalitas merek (brand loyalty) dan kepuasan konsumen (customer satisfaction) yang dicapai melalui kualitas fisik (physical quality), perilaku karyawan (staff behavior), kesesuaian diri yang ideal (ideal self-congruence), identifikasi merek (brand identification), dan keselarasan gaya hidup (lifestyle-congruence). Oleh karena itu, mengenai isu yang diangkat dan penciptaan pasar yang sangat kompetitif, loyalitas merek (brand loyalty) dapat memiliki peran yang efektif dalam 3 penjualan produk dan jasa serta mengevaluasi faktor efektif dalam menciptakan loyalitas merek

diperlukan bagi suatu organisasi agar mereka dapat merancang marketing brand strategy untuk menciptakan merek yang kuat di pasar agar dapat bersaing dengan pesaing untuk menarik lebih banyak pelanggan. Kualitas lingkungan fisik atau physical quality adalah gambaran yang ditunjukkan oleh desain, peralatan, fasilitas dan bahan-bahan yang digunakan perusahaan (Ekinci et al., 2008). Alasan ini yang menjadikan kualitas fisik salah satu faktor penting yang menentukan berhasil tidaknya sebuah coffee shop dalam persaingannya. Coffee shop saat ini digunakan untuk menghabiskan waktu luang, mengerjakan tugas atau untuk pertemuan bisnis daripada hanya sekedar mengkonsumsi makanan atau minuman; sehingga kualitas kondisi fisik sangat dibutuhkan untuk membuat konsumen merasa nyaman dan betah untuk menghabiskan waktu yang cukup lama di kedai tersebut. Perilaku karyawan atau staff behavior adalah gambaran yang ditunjukkan oleh kemampuan, manfaat, keramahan, dan kemampuan reaksi karyawan perusahaan (Ekinci et al., 2008). Pengalaman konsumen dan karyawan perusahaan meninggalkan kesan bagi konsumen sehingga penting bagi perusahaan untuk memperhatikan hubungan antara karyawan dan konsumen. Pada masa pandemi Corona Virus 2019 (COVID-19) masyarakat harus menjalani protokol baru dimana masyarakat wajib menggunakan masker, melakukan social distancing dan wajib mencuci tangan pada saat memasuki suatu tempat atau memegang barang yang dapat menyebarkan virus sebagai tindakan preventif hal ini disebut juga protokol New Normal. COVID-19 sangat berdampak kepada semua hal terutama di bidang Food and Beverage karena Coffee Shop pada pendapatan umumnya di dapatkan dari pelanggan yang ingin meminum kopi dan bercengkrama di tempat tersebut pada saat protokol New Normal di berlakukan masih banyak restoran yang tidak mengikuti protokol yang sesuai seperti memberi jarak kurang lebih 1 meter kepada setiap pelanggan, mengecek suhu badan pelanggan yang datang, mewajibkan tamu menggunakan masker, memberikan peralatan makan dan minum yang steril, membersihkan meja yang telah diduduki oleh pelanggan lain. Pemilik Coffee Shop atau restoran harus

memastikan bahwa semua yang berada di toko aman dan tidak dapat menularkan virus demi kenyamanan dan keamanan bersama. Protokol ini tidak hanya harus di patuhi oleh pihak restoran tetapi juga pelanggan yang ingin masuk ke dalam toko. Protokol New Normal adalah protokol baru yang dapat membantu usaha restoran bangkit kembali setelah di terapkannya PSBB yang jika di terapkan dengan baik dan di patuhi oleh seluruh kalangan masyarakat maka akan mengurangi jumlah orang yang terjangkit Covid-19 dan juga dapat membangun kembali ekonomi yang baik, tetapi pada kenyataannya masih banyak orang melanggar protokol di beberapa restoran karena angka orang yang terjangkit COVID-19 semakin meningkat. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian saya ini dilakukan dengan judul “Persepsi Pengunjung Cafe Popolo Coffee Sentul City Terhadap Protokol New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian tentang Persepsi Pengunjung Cafe Popolo Coffee Sentul City Terhadap Protokol New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana protokol New Normal yang di terapkan Popolo Coffee?
2. Bagaimana persepsi pengunjung Cafe Popolo Coffee terhadap protokol New Normal yang di terapkan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penulis mengangkat judul “Persepsi Pengunjung Terhadap Protokol New Normal di Masa Pandemi Covid-19” adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui protokol kesehatan New Normal yang di terapkan oleh Popolo Coffee selama masa pandemi Covid-19

2. Untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap protokol kesehatan New Normal yang diterapkan oleh Popolo Coffee Sentul City selama masa pandemi Covid-19

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian jika tercapai, hasil penelitian akan memiliki manfaat teoritis dan praktis.

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Bagi Jurusan Perhotelan

Penelitian ini digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan di prodi D3 Perhotelan Telkom University dalam pelajaran Food and Beverages.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi penulis dalam pelajaran Food and Beverages.

3. Bagi Peneliti Lebih Lanjut

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk peneliti lain yang sejenis atau berkaitan dengan isi dari penelitian.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini sebagai masukan atau rekomendasi serta pertimbangan dalam penerapan protokol New Normal di Popolo Coffee agar lebih baik lagi.
2. Sebagai motivasi karyawan Popolo Coffee dalam menerapkan Protokol New Normal agar menjadi lebih baik.