

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Jurnal Risa Coffee Braga adalah salah satu *coffee shop* di Bandung yang terletak di Jl. Braga No. 45. Jurnal Risa Coffee Braga ini merupakan milik seorang penulis sekaligus youtuber, Risa Saraswati. Sejak 15 Februari 2020 Jurnal Risa Coffee Braga resmi dibuka dengan waktu operasional Senin – Minggu (08:00 – 20:00). Selain menyuguhkan menu yang biasa ada pada *coffee shop*, Jurnal Risa Coffee Braga juga bekerja sama dengan Marty's Pizza, sehingga konsumen dapat menikmati pizza yang bisa dipesan per-*slice* atau satu pan dengan 8 *sliced*.

Untuk meningkatkan perhatian konsumen, Jurnal Risa Coffee Braga memberikan estetika desain yang menarik, *ambience* yang memberikan kenyamanan, dan nuansa yang tenang dengan desain kontras pada interior bangunannya yang menggabungkan antara karakter Jurnal Risa Coffee yang klasik dan gelap, dengan Marty's Pizza yang memiliki karakter pop dan mewah. Untuk mempertahankan karakter klasik bangunan dan mempertegas bentuk fasad kolonial, Jurnal Risa Coffee Braga menggunakan lampu neonflex yang juga menonjolkan eksistensi karakter Jurnal Risa Coffee dan Marty's Pizza. Dengan kombinasi warna navy, hitam, dan emas nampaknya meningkatkan kesan mewah dan klasik.

Jurnal Risa Coffee menyajikan pilihan *signature drink* yang diberikan nama-nama unik dan familiar bagi penggemar Jurnal Risa, seperti Kopi Khayalan Hendrick yang merupakan es kopi susu gula aren dengan cream, Cikopi Mat Mod yang merupakan perpaduan kopi dengan soda lemon, Cokelat Penenang William yang merupakan es coklat susu pisang, Susu Favorit Marianne yang merupakan susu special Jurnal Risa Coffee dengan campuran marie dan menggunakan topping es krim vanilla, Racikan Kopi ala Peter yaitu es kopi susu salted caramel, Resep Hans & Oma Rose yaitu es kopi susu butterscotch, terakhir merupakan menu yang paling direkomendasikan yaitu Kopi Susu Si Om yang merupakan es kopi susu gula aren namun tanpa cream. Selain menyajikan *signature drink* tersebut, Jurnal Risa

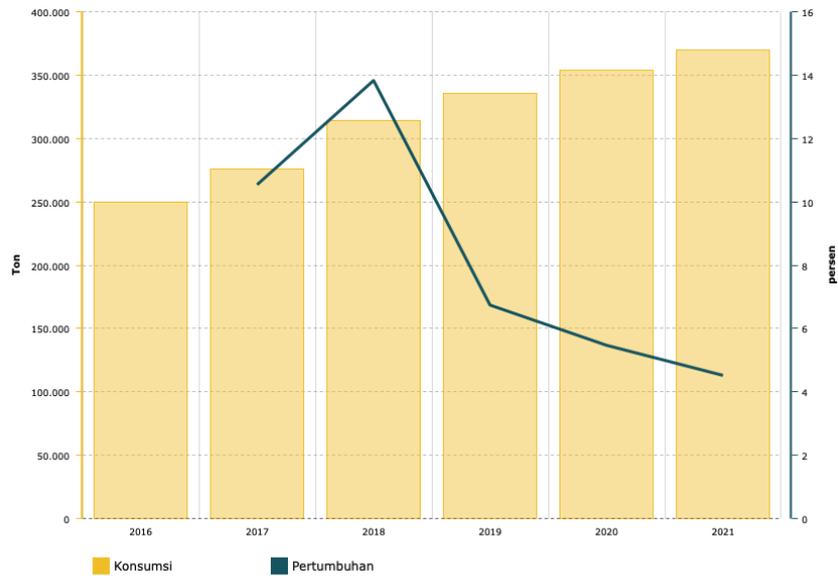
Coffee juga menyajikan White Coffee, Black Coffee, Ice Blend Frappe, Mocktail, dan Non-Coffee Drink. Ada juga makanan yang disajikan oleh Jurnal Risa Coffee seperti Spaghetti OxTounge, Tuna Mayo Rice Bowl, Nasi Lidah Carbonara, Nasi Sop Buntut, dan yang lainnya. Selain makanan berat yang disediakan, Jurnal Risa Coffee juga menyajikan makanan ringan yang hanya ada dua pilihan yaitu Vegetable Tempura dan Prawn Filo. Namun, selain makanan yang gurih, Jurnal Risa juga menyajikan pastry seperti Red Velvet, Brownies, Quiche, Eclairs, dan Chocolate Lava.

Harga minuman di Jurnal Risa Coffee ini dimulai dari Rp20.000,00 hingga Rp35.000,00, sedangkan untuk menu lainnya juga tidak melebihi dari Rp50.000,00. Marty's Pizza juga masuk ke dalam menu yang dapat dipesan langsung di Jurnal Risa Coffee, yang dibanderol dengan harga Rp25.000,00 sampai dengan Rp45.000,00 per-*slice* atau 8 *slice* pizza dengan harga Rp180.000,00 sampai dengan Rp320.000,-.

Selain dari fasilitas fisik dan produk yang disajikan, Jurnal Risa Coffee Braga juga mengedepankan kebersihan sehingga menambah kenyamanan konsumen saat berkunjung di Jurnal Risa Coffee Braga. Di sana juga menyediakan *Smoking Area* sehingga meningkatkan kenyamanan konsumen. Selain itu, di sana juga menyediakan fasilitas ruangan VIP yang dapat dipesan dengan menghubungi (022)-20539796.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia, perkembangan bisnis di industri kopi akhir-akhir ini berkembang pesat yang menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Menurut Ko & Chiu (2008) dalam Soon-Ho, Minseong, & Holland (2017) peningkatan daya beli konsumen telah mendorong peningkatan substansial dalam konsumsi minuman kopi. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2017) menyebutkan bahwa saat ini mengonsumsi kopi menjadi bisnis modern yang tumbuh marak dan menjadi gaya hidup bagi orang dewasa maupun anak muda, baik pria maupun wanita dalam aktivitas hariannya.



Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional

Sumber : Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, 2022

Dari data pada gambar 1.2, terlihat bahwa dari 2016 hingga 2021 jumlah konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan secara signifikan. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian (2022), konsumsi kopi diprediksi tumbuh rata-rata 8,22% per tahun. Perkembangan pesat pada bisnis di industri kopi juga terjadi Bandung. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya *coffee shop* yang baru secara terus menerus. Dengan itu untuk dapat bersaing dalam bisnis *coffee shop* maka perlu memperhatikan kualitas yang dirasakan konsumen, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan memberikan pengalaman unik bagi pelanggan, serta nuansa tempat sehingga dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk mengunjungi kembali *coffee shop*. Berikut di bawah ini merupakan beberapa *coffee shop* yang bersaing di Bandung, khususnya di Jl. Braga yang terletak berdekatan dengan Jurnal Risa Coffee Braga.

Tabel 1.1 Rating Coffee Shop

<i>Nama</i>	<i>Rating Skala 5</i>	<i>Harga rata-rata/2 orang</i>
Jurnal Risa Coffee Braga	3.5	Rp135.000,-
The Sugar Rush	3.7	Rp200.000,-
Kopi Toko Djawa	4.4	Rp50.000,-
Wiki Koffie	4.3	Rp100.000,-
Sawo Coffee & Roastery	3.7	Rp150.000,-

Sumber : Zomato.com, 2021 (diolah)

Dilihat dari Tabel 1.1 *rating* yang dimiliki oleh Jurnal Risa Coffee terlihat lebih rendah dibandingkan dengan pesaing lainnya. Menurut Suryani, Andari, dan Abdullah (2018), *Perceived Quality* dianggap penting karena konsumen akan melihat kualitas yang cocok dengan kualitas yang mereka harapkan sebelum memilih produk atau jasa yang akan digunakan. Maka perlu adanya peningkatan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) oleh konsumen Jurnal Risa Coffee Braga. Menurut Ting et al. (2018), peningkatan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*), melalui kualitas produk yang dirasakan (*perceived product quality*), kualitas layanan yang dirasakan (*perceived service quality*), dan kualitas pengalaman yang dirasakan (*perceived experienced quality*).

Jurnal Risa Coffee Braga memiliki *rating* secara spesifik terkait rasa, suasana, harga, pelayanan, dan kebersihan. *Rating* tersebut diberikan oleh konsumen yang telah memiliki pengalaman mengunjungi Jurnal Risa Coffee Braga.

Tabel 1.2 Rating Jurnal Risa Coffee Braga

<i>Indikator</i>	<i>Rating</i>
Rasa	3.7
Suasana	4.2
Harga : Rasa	3.0
Pelayanan	3.4
Kebersihan	4.1

Sumber : pergikuliner.com, 2021 (diolah)

Kualitas produk (*perceived product quality*) yang diberikan oleh Jurnal Risa Coffee adalah dengan memastikan produk yang disajikan oleh memiliki rasa yang enak dan dapat terbilang *worth it* dengan harga yang ditawarkan. Kualitas pelayanan (*perceived service quality*) yang diberikan yaitu dengan memastikan kebutuhan konsumen terpenuhi dan sebisa mungkin memberikan *fast-serving*. Dari segi *ambience*, Jurnal Risa Coffee Braga memberikan nuansa tempat yang nyaman dan enak untuk nongkrong dengan teman ataupun keluarga. Selain itu juga di sana terdapat banyak spot yang dapat digunakan untuk foto. Untuk memberikan pengalaman (*perceived experienced quality*) yang unik bagi pelanggan, pasalnya bangunan Jurnal Risa Coffee Braga ini sejak 1997 telah memasuki kategori bangunan cagar budaya milik paguyuban pelestarian budaya Bandung yang dibangun pada tahun 1951 oleh tokoh populer yang dikenal dalam komik Tintin. Selain itu, bagi fans Jurnal Risa pasti mengetahui “teman hantu” Risa Saraswati, yang ternyata sering datang ke Jurnal Risa Coffee. Pada cup minuman Jurnal Risa Coffee Braga terdapat kutipan “Kami tak pernah memaksa kalian untuk percaya apa yang kami lihat dan kami dengar. Tapi kami percaya kita punya cita rasa yang sama” dan juga memiliki *hashtag* PercayaSatuRasa dan JurnalRisaCoffee. Dari segi *Store Atmosphere* di *coffee shop*-nya, Jurnal Risa Coffee membuat desain kontras pada interior bangunannya yang menggabungkan antara karakter Jurnal Risa Coffee yang klasik dan gelap, dengan Marty’s Pizza yang memiliki karakter pop dan mewah. Untuk mempertahankan karakter klasik bangunan dan mempertegas bentuk fasad kolonial, Jurnal Risa Coffee Braga menggunakan lampu neonflex yang juga menonjolkan eksistensi karakter Jurnal Risa Coffee dan Marty’s Pizza. Dengan kombinasi warna navy, hitam, dan emas nampaknya meningkatkan kesan mewah dan klasik.

Banyak pelanggan yang memberikan respon atau komentar positif tentang kualitas yang diberikan oleh Jurnal Risa Coffee. Komentar positif yang diberikan oleh konsumen Jurnal Risa Coffee Braga terhadap produknya yaitu seperti makanan yang rasanya enak dan kopinya memiliki rasa yang pas menurut konsumen. Dari segi pelayanannya, rata-rata komentar positif yang diberikan oleh konsumen, seperti pelayan yang ramah. Lalu, dari segi pengalaman konsumen rata-rata

menyebutkan mendapatkan kesan yang baik. Sedangkan, dari segi nuansa *coffee shop*, rata-rata konsumen berkomentar positif seperti tempat cozy, eksterior sangat *eye-catching*, banyak spot foto yang *instagramable*.

Meskipun banyak konsumen yang memberikan komentar positif, namun tidak sedikit juga pelanggan yang memberikan respon atau komentar negative akan hal tersebut. Dari segi produk, rata-rata konsumen memberikan komentar negatif seperti rasa kopi terlalu manis, rasa kopi terlalu standar, dan pizza kurang *worth it*. Dari segi pelayanan, rata-rata konsumen memberikan komentar negatif seperti, pelayanan yang buruk, kurang ramah, dan *slow response*. Dari segi pengalaman, rata-rata konsumen memberikan komentar negatif dengan menceritakan pengalaman buruknya seperti konsumen yang ditempatkan di meja yang tidak nyaman, antrian yang lama dan mendahulukan konsumen lain yang baru datang, dan pelayan yang kurang memberikan informasi terhadap konsumen. Sedangkan dari segi nuansa *coffee shop*, rata-rata konsumen memberikan komentar negatif seperti toilet yang kotor, tempat yang sempit, dan letak meja terlalu berdempetan.

Beberapa komentar negatif tersebut menunjukkan bahwa kualitas yang ditawarkan oleh Jurnal Risa Coffee Braga tidak memenuhi ekspektasi konsumen sehingga dapat menurunkan niat berkunjung kembali. Jurnal Risa Coffee Braga memiliki produk yang dirasa tidak *worth-it* bagi konsumen yang sudah pernah datang dan membeli produk Jurnal Risa Coffee Braga. Sedangkan dari segi pelayanannya, banyak konsumen yang merasa tidak puas karena banyak pelayan disana yang bekerja tidak sesuai dengan SOP *coffee shop* biasanya. Begitu pula dengan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen, berdasarkan dari produk, pelayanan, tempat, aturan, dan lain sebagainya, di mana hal yang didapat sebagai pengalaman yang dirasakan oleh konsumen setelah mengunjungi Jurnal Risa Coffee Braga di luar dari ekspektasi konsumen.

Seluruh uraian tersebut, memberikan gambaran bahwa Jurnal Risa Coffee Braga perlu mempertimbangkan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*), melalui kualitas produk yang dirasakan (*perceived product quality*), kualitas layanan yang dirasakan (*perceived service quality*), dan kualitas pengalaman yang dirasakan (*perceived experience quality*), dan *store atmosphere* sehingga dapat

meningkatkan niat konsumen untuk berkunjung kembali (*customer intentions to revisit*). Hal ini menjadi alasan untuk membuat penelitian yang dirasa penting dilakukan karena Jurnal Risa Coffee Braga perlu mengetahui pengaruh *perceived quality* dan *store atmosphere* terhadap *customer intentions to revisit*. Dengan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka judul penelitian ini “PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER INTENTION TO REVISIT*”.

1.3 Perumusan Masalah

Persaingan yang ketat dalam bisnis coffee shop mengharuskan Jurnal Risa Coffee Braga mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Untuk itu diperlukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk berkunjung kembali (*consumer intentions to revisit*) pada Jurnal Risa Coffee Braga.

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan perumusan masalah, peneliti memiliki maksud untuk dapat mengidentifikasi masalah :

1. Apakah *customer intentions to revisit* pada Jurnal Risa Coffee Braga dipengaruhi oleh *perceived product quality*?
2. Apakah *customer intentions to revisit* pada Jurnal Risa Coffee Braga dipengaruhi oleh *perceived service quality*?
3. Apakah *customer intentions to revisit* pada Jurnal Risa Coffee Braga dipengaruhi oleh *perceived experienced quality*?
4. Apakah *customer intentions to revisit* pada Jurnal Risa Coffee Braga dipengaruhi oleh *store atmosphere*?
5. Apakah *perceived product quality* (X1), *perceived service quality* (X2), *perceived experience quality* (X3) dan *store atmosphere* (X4) secara simultan mempengaruhi *customer intentions to revisit* (Y)?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh faktor *perceived quality* melalui *perceived product quality* terhadap niat konsumen untuk berkunjung kembali (*customer intentions to revisit*) pada Jurnal Risa Coffee Braga.

2. Menganalisis pengaruh faktor *perceived quality* melalui *perceived service quality* terhadap niat konsumen untuk berkunjung kembali (*customer intentions to revisit*) pada Jurnal Risa Coffee Braga.
3. Menganalisis pengaruh faktor *perceived quality* melalui *perceived experienced quality* terhadap niat konsumen untuk berkunjung kembali (*customer intentions to revisit*) pada Jurnal Risa Coffee Braga.
4. Menganalisis pengaruh *store atmosphere* dalam niat konsumen untuk berkunjung kembali (*customer intentions to revisit*) pada Jurnal Risa Coffee Braga.
5. Menganalisis *perceived product quality* (X1), *perceived service quality* (X2), *perceived experience quality* (X3) dan *store atmosphere* (X4) secara simultan mempengaruhi *customer intentions to revisit* (Y).

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk beberapa hal sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan penulis maupun pembaca dan untuk penelitian selanjutnya penelitian ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu kewirausahaan dan menambah pengetahuan serta wawasan yang berkaitan dengan meningkatkan niat konsumen untuk berkunjung kembali (*customer intentions to revisit*) di industri kopi.

2. Manfaat Praktis

Dari segi praktis penelitian ini adalah untuk masukan bagi Jurnal Risa Coffee Braga itu sendiri dalam menjalankan usaha ini, diharapkan dapat dijadikan pengembangan usaha yang akan dijalankan dan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan dalam mengambil suatu keputusan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum

Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian serta hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil dari pengolahan data yang kemudian akan dianalisis untuk ditemukan kesimpulan dari penelitian ini.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang disertai dengan rekomendasi atau saran bagi perusahaan yang diteliti.