

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Sejarah Singkat Sinar Cahaya Kopi**

Sinar Cahaya Kopi berdiri resmi pada tanggal 1 Mei 2021 yang didirikan oleh seorang pemuda berumur 21 tahun yang bernama Faturrahman. Beliau adalah seorang pendiri sekaligus pemilik dari *Coffee shop* tersebut. Nama Sinar Cahaya Kopi dipilih oleh Faturrahman karena beliau percaya sekaligus berdoa jika nama Sinar Cahaya bisa membuat usahanya tersebut menjadi usaha yang bersinar terang seperti cahaya dikemudian hari. Konsep dari Sinar Cahaya Kopi itu sendiri terinspirasi dari *Coffee shop* yang pernah ia dirikan sebelumnya di Bekasi dan Solo yang mengambil konsep industrial, akan tetapi di Sinar Cahaya Kopi konsep tersebut di sempurnakan dari *Coffee shop* sebelumnya. Alasan mas Faturrahman memilih lokasi di Jl. KH. Muchtar Tabrani No.68 RT.004 RW.002 Kel. Perwira Kec.Bekasi Utara Kota Bekasi yaitu karna lokasinya yang tidak jauh dari rumah Faturrahman itu sendiri, juga lokasi tersebut adalah lokasi yang masih di kawasan Summarecon Bekasi walaupun sedikit kedalam tetapi masih dipinggir jalan protokol dan juga dengan harga sewa yang tidak terlalu mahal tetapi mendapatkan luas tanah dan bangunan yang cukup besar. Jumlah karyawan Sinar Cahaya Kopi berjumlah 4 orang yang setiap harinya dibagi dua shift pagi dan sore, mereka buka dari jam 09.00 pagi hingga jam 23.00 malam.

#### **1.1.2 Visi dan Misi**

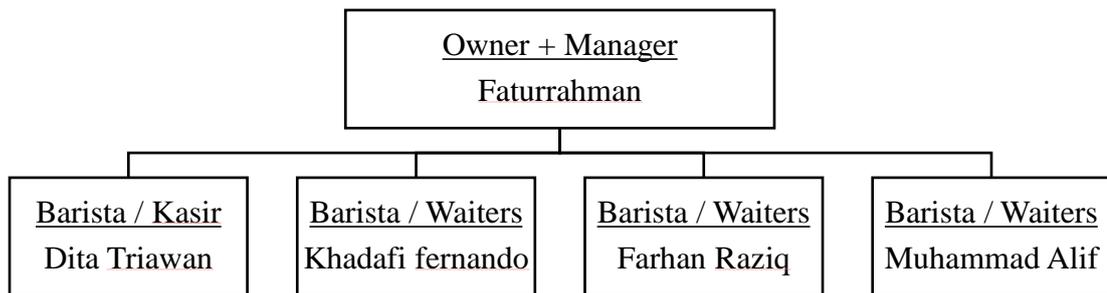
a) Visi

Menjadikan Sinar Cahaya Kopi sebagai tempat yang nyaman untuk berkumpul, berdiskusi dan menghilangkan penat sehingga membuat konsumen nyaman dan tertarik kembali ke Sinar Cahaya Kopi.

b) Misi

- Menyediakan Produk Coffee yang berkualitas tinggi
- Memberikan pelayanan yang responsif, komunikatif, cepat tanggap.
- Menempatkan pelanggan sebagai prioritas utama
- Memberikan pelayanan yang responsif, komunikatif dan cepat tanggap.

### 1.1.3 Struktur Organisasi

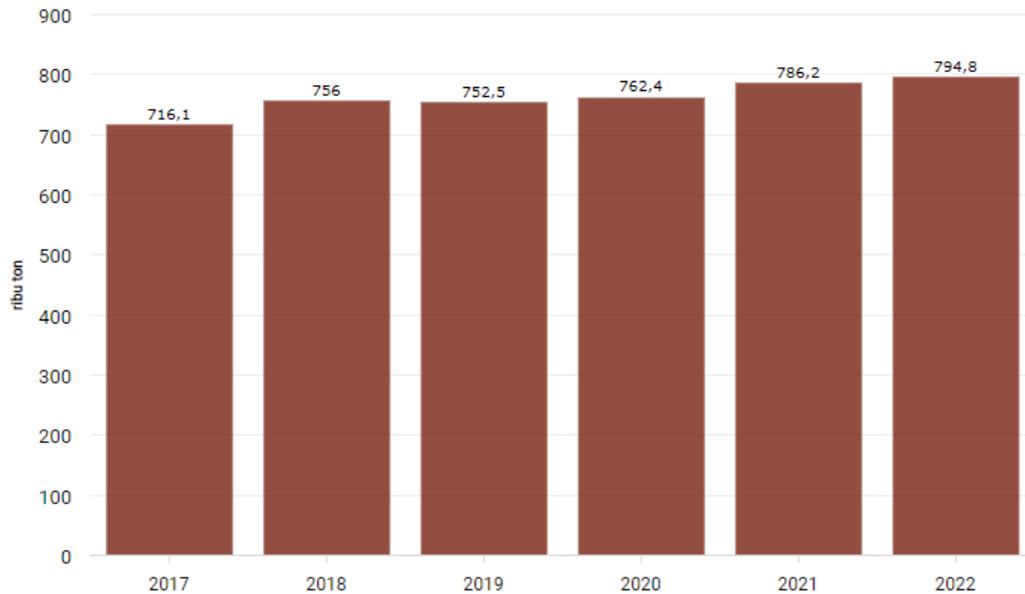


**Gambar 1. 1 Struktur Organisasi**

Sumber: Owner Sinar Cahaya Kopi

### 1.2 Latar Belakang

Saat ini bisnis yang sedang berkembang pesat salah satunya adalah bisnis kuliner, bisnis kuliner yang saat ini sedang naik daun yakni berupa *Coffee shop*. *Coffee shop* sudah sangat menjamur dan sudah menjadi kebutuhan gaya hidup bagi hampir semua kalangan. Hal ini dikuatkan dengan data pada produksi kopi nasional di Indonesia yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2023 bisa dilihat pada gambar 1.2.



**Gambar 1. 2 Data Produksi Kopi Nasional**

Sumber: BPS dalam Annur (2022)

Pada Gambar 1.2 diatas menunjukkan pertumbuhan produksi kopi nasional selama enam tahun, 2017-2022. Pertumbuhan rata-rata produksi kopi nasional berdasarkan data diatas dalam setiap tahunnya adalah 10,99%. Dapat disimpulkan, jumlah produksi kopi Indonesia mencapai 794,80 ribu ton pada 2022. Jumlah itu meningkat sekitar 1,09% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 786,20 ribu ton.

Berkunjung ke *Coffee shop* sudah menjadi hobi di kota-kota besar di Jabodetabek dan kota-kota besar lain di Indonesia untuk sekedar berkumpul dengan teman-teman ataupun untuk mengerjakan tugas kuliah dan pekerjaan kantor. Apalagi jika harga minuman, makanan murah dan enak maka semakin memikat daya beli masyarakat. Lokasi yang strategis, harga murah, tempat yang nyaman, menu minuman dan makanan yang variatif, menjadikan *Coffee shop* menjadi salah satu tempat berkumpul favorit masyarakat saat ini. Salah satu *Coffee shop* yang sedang berkembang di daerah Jabodetabek tersebut adalah Sinar Cahaya Kopi yang berlokasi di Bekasi. Sinar Cahaya Kopi sendiri dibangun pada 1 Mei 2021 yang berlokasi di Jalan KH. Muchtar Tabrani No.68. Sinar Cahaya Kopi menjual produk minuman kopi dan makanan yang beraneka ragam seperti minuman istimewa mereka yang dinamakan “Kopi Susu Cahaya” menu tersebut adalah minuman kopi susu yang dipadukan oleh *salted*

*caramel* yang mereka buat sendiri. Dan ada beberapa menu makanan seperti “Nasi Ayam Suwir dengan Telur dan Bakwan” dan ”Donut”.

Bekasi dikenal dengan kota padat penduduk yang mempunyai berbagai jenis tempat usaha makanan dan tempat berkumpul bersama teman yang beraneka ragam, hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya usaha-usaha yang diciptakan khususnya usaha kuliner yang semakin berkembang pesat, banyaknya *Coffee shop* baru yang bermunculan di Kota Bekasi membuat *Coffee shop* dijadikan tempat yang sangat diminati. Belakangan ini bisnis kuliner menjadi salah satu pilihan investasi yang cukup menjanjikan.

*Coffee shop* harus mampu memberikan kepuasan kepada setiap pelanggan. ada beberapa hal yang dapat memberikan Kepuasan Konsumen yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biayatotal pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler & Keller, 2012). Adapun faktor -faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen menurut Daryanto dan Setyobudi yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, budaya dan kemudahan. Diharapkan para pemilik usaha khususnya dalam bidang kuliner benar – benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan. Kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan, terutama bisnis kuliner dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian atau pemakaian suatu produk.

Sinar Cahaya Kopi yang berada di Jalan KH. Muchtar Tabrani no. 68 di Kota Bekasi. Dengan suasana yang industrial modern dan instagramable, Sinar Cahaya Kopi menjadi tempat yang sangat cocok untuk suasana *work from coffeeshop* ataupun mengerjakan tugas. Sinar Cahaya Kopi memiliki jumlah transaksi yang fluktuatif tiap bulannya, terlihat pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Data Jumlah Transaksi Sinar Cahaya Kopi Mei 2021 – April 2022**

<b>BULAN</b>	Mei	Juni	Juli	Agts	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Jml
<b>JUMLAH TRANSAKSI</b>	1031	723	737	1112	1002	937	901	1209	1102	876	965	1115	11.980

Sumber : Data Primer ,2021 – 2022 diolah

Dari tabel 1.1 diatas menunjukkan jumlah transaksi Sinar Cahaya Kopi dalam satu tahun dari Mei 2021- April 2022. Pada bulan-bulan tertentu seperti bulan libur sekolah pada agustus terjadi peningkatan 50,88 % dari bulan sebelumnya dan pada akhir tahun di bulan desember terjadi peningkatan 34,18% dari bulan sebelumnya.

Saat melakukan pra-penelitian di Sinar Cahaya Kopi, peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada tiga orang pengunjung yang sudah lebih dari 2 kali berkunjung ke Sinar Cahaya Kopi guna mengetahui pendapat mereka tentang kelebihan dan kekurangan dari Sinar Cahaya Kopi. Berikut ini pernyataan dari beberapa pelanggan yang berkunjung Sinar Cahaya Kopi.

**Tabel 1.2 Kelebihan Sinar Cahaya Kopi**

<b>Nama</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Pernyataan</b>
Daffi	Mahasiswa	Pelayanan Puas, Suasananya yang nyaman.
Iwan	Pegawai Swasta	Tempatnya yang nyaman untuk berkumpul saat pulang kantor, Adanya permainan yang bisa dimainkan Bersama-sama seperti permainan kartu.
Agis	Mahasiswa	Tempat yang nyaman untuk diskusi dengan organisasi.

Sumber: Pra-Kuesioner Penelitian (2023)

**Tabel 1.3 Kekurangan Sinar Cahaya Kopi**

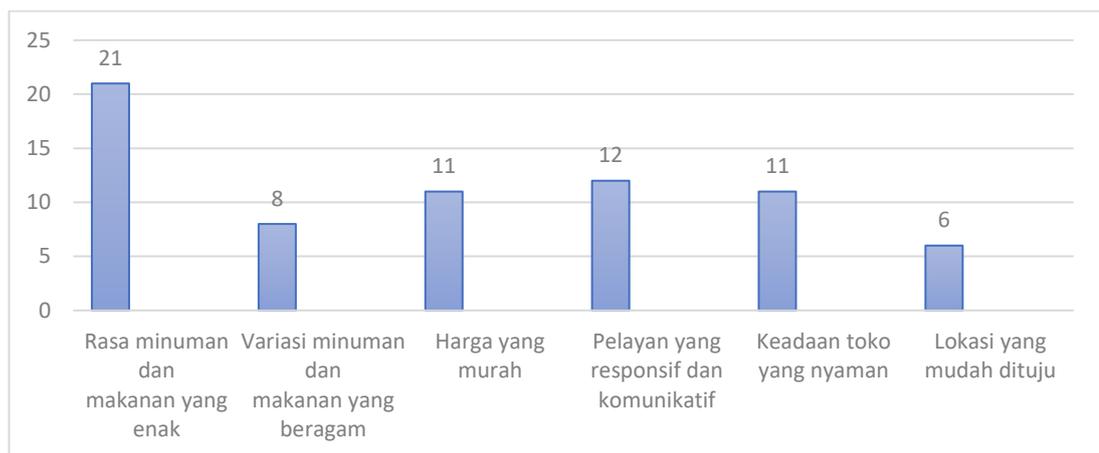
<b>Nama</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Pernyataan</b>
Daffi	Mahasiswa	Jaringan Wifi yang sering terkendala.
Iwan	Pegawai Swasta	Daftar menu harus diperbanyak agar bervariasi.
Agis	Mahasiswa	Karyawan pada setiap shiftnya ditambah agar pelanggan tidak lama menunggu pesanannya datang.

Sumber: Pra-Kuesioner Penelitian (2023)

Dari hasil wawancara peneliti terhadap pelanggan di Sinar Cahaya Kopi dapat disimpulkan bahwa Sinar Cahaya Kopi memiliki tempat yang nyaman untuk

beraktifitas, seperti berdiskusi atau sekedar kumpul bersama teman. Untuk kualitas pelayanan sendiri, ada pengunjung yang menganggap bahwa pelayanan sudah Puas, namun ada juga yang beranggapan pelayanan kurang Puas karena pesanan datang cukup lama yang mana hal ini biasa terjadi di akhir pekan. Hal lain yang perlu ditingkatkan dari Sinar Cahaya Kopi sendiri adalah kelancaran jaringan wifi yang tersedia, serta menu kopi yang ditawarkan harus lebih bervariasi.

Berdasarkan pernyataan dari pelanggan yang diwawancarai, peneliti melakukan pra kuisisioner untuk menguatkan asumsi tersebut. Dari 45 responden yang mengisi pra kuisisioner, hanya 37 orang (77% laki-laki dan 20% wanita) yang pernah berkunjung setidaknya satu kali ke Sinar Cahaya Kopi. Dari pra penelitian yang sudah dilakukan didapatkan hasil yang bisa dilihat pada gambar 1.3.



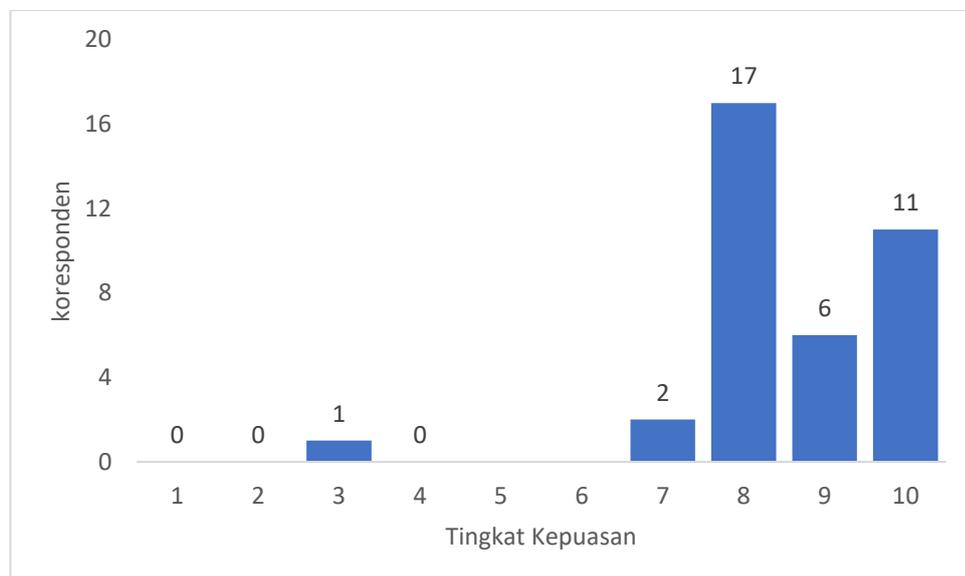
**Gambar 1. 3 Alasan Pembelian Kopi di Sinar Cahaya Kopi**

Sumber: Pra Penelitian, 2022 diolah

Pertanyaan pertama yang ditanyakan yakni, “ Hal apa saja yang membuat anda membeli kopi di Sinar Cahaya Kopi?”. Pada pertanyaan tersebut, responden bisa memilih lebih dari satu alasan yang membuat mereka membeli kopi di Sinar Cahaya Kopi. Alasan paling dominan untuk membeli produk Sinar Cahaya Kopi adalah rasa minuman dan makanan yang enak. Alasan lainnya adalah pelayanan karyawan yang responsif dan komunikatif, dan harga serta keadaan toko yang nyaman.

Dari segi interior, yang membedakan Sinar Cahaya Kopi dari yang lain yaitu interior di dalam yang mengusung konsep **industrial**. Menu makanan yang dijual di Sinar Cahaya Kopi pada umumnya sama dengan yang ada ditempat lain namun yang membedakan pada menu kopi di Sinar Cahaya Kopi dan kafe lain yaitu di menu kopinya seperti es kopi cahaya yang dibuat handmade untuk saus karamelnya dan hanya dimiliki oleh Sinar Cahaya Kopi dan juga donat yang dibuat handmade pula. Dan juga karena lokasinya yang sedikit kedalam dari pusat kota Bekasi, namun pengunjungnya tergolong ramai membuat peneliti ingin meneliti di Sinar Cahaya Kopi. Adapun alasan yang paling dominan untuk ditingkatkan oleh Sinar Cahaya Kopi berdasarkan Pra-kuisisioner adalah agar daftar menu ditambahkan. Alasan lainnya adalah agar Sinar Cahaya Kopi menambahkan jumlah pelayan guna mempercepat layanan dan memperbaiki jaringan wifi agar stabil.

Melalui pra penelitian yang sudah dilakukan, maka bisa dilihat tingkat Kepuasan Konsumen yang disajikan pada gambar 1.5

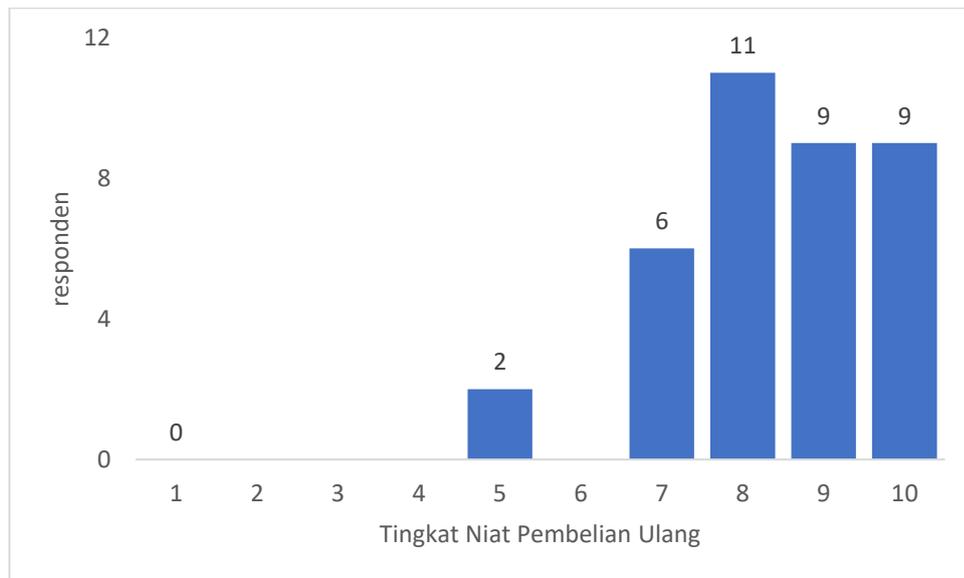


**Gambar 1.5 Kepuasan Konsumen Sinar Cahaya Kopi**

Sumber: Data Olahan Pribadi (2022)

Pertanyaan ketiga yang ditanyakan adalah “Di level berapakah tingkat kepuasan Anda setelah membeli minuman kopi yang dijual di Sinar Cahaya Kopi? Dalam skala 1-10”. Mayoritas 17 responden berada pada skala 8 dengan pengertian

bahwa mayoritas pelanggan puas dengan minuman yang dijual oleh Sinar Cahaya Kopi. Selanjutnya sebanyak 11 responden berada pada skala 10, dan 6 responden pada skala 9 yang berarti sudah berada pada skala sangat puas. Lalu sebanyak 2 responden berada pada skala 7 dan 1 responden berada pada skala 3. Selanjutnya pada gambar 1.6 disajikan pra kuisioner tingkat niat pembelian ulang pelanggan.



**Gambar 1. 6 Niat Pembelian Ulang pada Pelanggan Sinar Cahaya Kopi**

Sumber: Data Olahan Pribadi (2022)

Pada pertanyaan keempat yang ditanyakan yakni “ Di level berapakah tingkat kemungkinan Anda untuk kembali ke Sinar Cahaya Kopi untuk membeli kopi? dalam skala 1-10”. Mayoritas 11 responden berada pada skala 8 yang dimana termasuk sangat mungkin untuk kembali ke Sinar Cahaya Kopi. Selanjutnya pada skala 9 dan 10 total responden sama banyaknya yaitu 9 responden dimasing-masing skala. Lalu sebanyak 6 responden berada pada skala 6 dan hanya 2 responden yang berada pada skala 5.

Dari data pada Gambar 4 terlihat bahwa masih ada responden yang belum puas setelah mereka melakukan pembelian di Sinar Cahaya Kopi. Selain itu, untuk niat pembelian ulang pun, terdapat responden yang cenderung ragu-ragu terkait dalam menjawab hal tersebut. Untuk itu, diperlukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui faktor penentu yang mempengaruhi kepuasan dan niat pembelian ulang para pelanggan Sinar Cahaya Kopi yang dikaitkan dengan faktor-faktor yang dirasa perlu ditingkatkan seperti dari segi store atmosphere, variasi produk, dan kualitas layanan.

Atmosfer toko menurut Lamb dkk (2018) adalah suatu keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak fisik, dekorasi dan lingkungan sekitarnya. Menurut Swastha dalam Pratama & Dwi Agusthera (2020) "Lokasi merupakan tempat dilakukannya suatu usaha atau kegiatan usaha". Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran eceran. Pada lokasi yang tepat, sebuah toko akan lebih berhasil dibandingkan dengan gerai lain yang letaknya kurang strategis, meskipun letaknya kurang strategis. menjual produk yang sama, pramuniaga yang sama, dan keduanya memiliki *setting/ambience* yang Puas

Variasi produk menurut Pendapat Kotler (2022). adalah nilai tersendiri dalam suatu produk yang mana bisa dibedakan dari segi penampilan, harga, ukuran serta ciri-ciri lain. Dapat diartikan sebagai tampilan produk yang dapat dilihat dari segi desain, jenis dan perusahaan yang memproduksinya. Dalam penelitian lain variasi produk dikatakan sebagai suatu yang membedakan meskipun kategori produk tersebut sama antara satu perusahaan dengan lainnya

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan kendali atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan Tjiptono., (2022). Kualitas pelayanan mencerminkan keseriusan perusahaan atau pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan yang terPuas kepada konsumen. Kualitas pelayanan yang unggul akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Muhtarom, dkk., (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Dari penjelasan pada latar belakang diatas dapat dilakukan penelitian oleh penulis dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Sinar Cahaya Kopi di Kota Bekasi”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Sinar Cahaya Kopi?
2. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap kepuasan konsumen Sinar Cahaya Kopi?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen Sinar Cahaya Kopi?
4. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang konsumen Sinar Cahaya Kopi?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang yang dimoderasi kepuasan konsumen Sinar Cahaya Kopi?
6. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang yang dimoderasi oleh kepuasan konsumen Sinar Cahaya Kopi?

#### **1.4 Batasan Masalah**

Fokus pada penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan, produk dan harga dengan keputusan konsumen membeli pada Sinar Cahaya Kopi. Yang diteliti pada penelitian ini yaitu konsumen di Sinar Cahaya Kopi. Batasan masalah ini dilakukan agar pembahasan dalam penelitian tidak terlalu luas dan bisa terarah.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Sinar Cahaya Kopi.
2. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap kepuasan konsumen Sinar Cahaya Kopi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang Sinar Cahaya Kopi.
4. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang Sinar Cahaya Kopi.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan minat beli ulang melalui kepuasan konsumen Sinar Cahaya Kopi.
6. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan minat beli ulang melalui kepuasan konsumen Sinar Cahaya Kopi.

#### **1.6 Kegunaan Penelitian**

##### **1.6.1 Kegunaan Teoritis**

Dilihat dari aspek pengembangan ilmu teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung mengenai informasi kualitas layanan, produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian bagi pihak penulis dan *Coffee shop* serta pihak akademik. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian sejenis berikutnya untuk dapat mengkaji lebih dalam dengan batasan yang lebih luas.

### **1.6.2 Kegunaan Praktis**

#### **a. Manfaat bagi pemilik Sinar Cahaya Kopi**

Manfaat penelitian ini bagi pemilik Sinar Cahaya Kopi yaitu untuk bahan referensi agar dapat mengembangkan lagi kafanya lebih luas lagi. Dan memperPuasi apa yang kurang dari kafe tersebut guna memuaskan konsumen agar nantinya semakin banyak yang datang ke Sinar Cahaya Kopi.

#### **b. Manfaat bagi penulis**

Dengan melakukan penelitian ini dapat membantu penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi. Dan juga penulis dapat membantu pemilik Sinar Cahaya Kopi dalam memperPuasi pelayanannya jika ada yang kurang sesuai kepada konsumen.

### **1.6.3 Waktu dan periode penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama empat puluh empat hari terhitung hari sabtu, minggu dan tanggal merah sejak tanggal 25 Oktober 2022 hingga 7 Desember 2022 sesuai dengan waktu yang diajukan oleh pihak kampus.