

BAB I

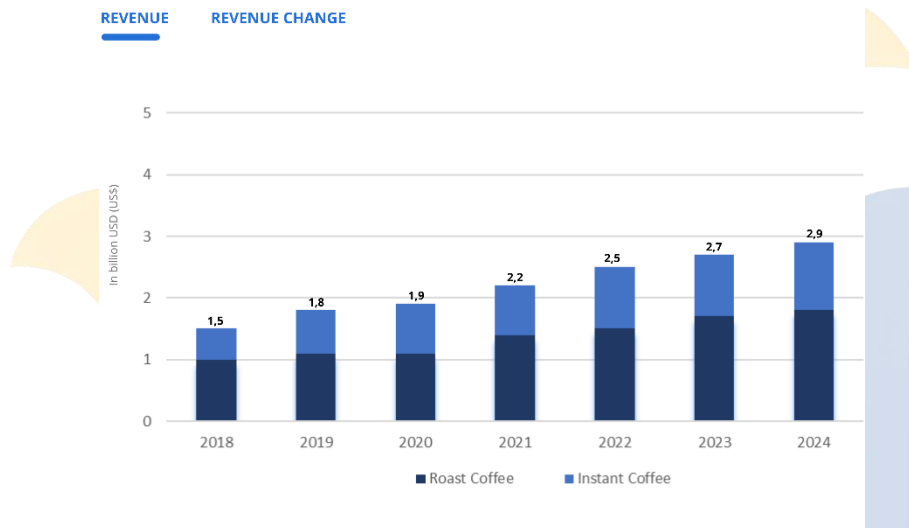
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kedai kopi telah mengalami pertumbuhan pesat di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Industri kopi di Indonesia dalam terus bergairah dengan semakin bertambah dan meningkatnya produksi kopi olahan yang dihasilkan oleh industri pengolahan kopi, semakin suburnya cafe dan kedai kopi di kota-kota besar. Kedai kopi tidak lagi sekadar tempat untuk menikmati secangkir kopi, tetapi telah berkembang menjadi pusat kegiatan sosial, tempat bekerja, belajar, dan bersantai, ini sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern yang menginginkan lebih dari sekadar produk, tetapi juga pengalaman yang menyeluruh. Pertumbuhan kedai kopi ini dipicu oleh pola sosial masyarakat dalam mengkonsumsi kopi, juga ditunjang dengan harga yang terjangkau, kepraktisan dalam penyajian serta keragaman rasa/citarasa yang sesuai dengan selera konsumen. Kopi bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga bagian dari gaya hidup dan identitas, kemajuan teknologi dan media sosial telah memperkuat tren ini dengan mempromosikan budaya ngopi melalui berbagai platform, urbanisasi dan peningkatan pendapatan masyarakat juga telah mendorong berkembangnya industri ini (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, aeki-aice.org, 2024).

Perkembangan Industri yang ada di Indonesia khususnya industri kopi kini telah berkembang pesat. Dilihat dari jumlah kedai atau kafe yang menyajikan berbagai jenis minuman kopi dan makanan ringan tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati hidangan, tetapi juga sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi

sosial. Kedai kopi adalah salah satu bisnis yang terus berkembang pesat di berbagai wilayah Indonesia. Tren ini diprediksi akan terus berlanjut di masa mendatang selain mengutamakan cita rasa kopi yang khas, kedai kopi juga bersaing dalam memberikan keunikan tersendiri, mulai dari kemasan, desain tempat, hingga menu yang ditawarkan. Kenyamanan tempat juga menjadi faktor penting yang diperhatikan, terbukti dengan banyaknya kedai kopi yang memiliki tema unik. Hal ini dapat dilihat pada grafik pertumbuhan pendapatan pada industri pasar kopi yang ada di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir sebagai berikut:



Sumber : Statista.com, (2024)

Gambar 1. 1
Data Pendapatan Pasar Kopi di Indonesia Tahun 2018- 2024

Bisnis ini sangat menarik dan menjanjikan, dengan tingginya antusiasme masyarakat terhadap minuman satu ini. Hal ini berpengaruh pada peningkatan profit yang diperoleh. Terbukti di tahun 2023, pendapatan pasar kopi di Indonesia mencapai IDR US\$2.7 miliar. Di masa depan, diperkirakan pendapatan industri akan meningkat. Jumlah penikmat kopi di Indonesia sangat besar kopi kini bukan hanya dikonsumsi oleh para pecinta kopi, tetapi juga telah menjadi bagian tak

terpisahkan dari gaya hidup masyarakat. industri kopi di Indonesia tidak hanya menjanjikan dari segi profit, tetapi juga menjadi bagian integral dari perkembangan budaya dan ekonomi masyarakat (Statista.com, 2024).

Saat ini, Kabupaten Kudus mengalami pertumbuhan pesat dalam jumlah kafe /kedai kopi baru. Banyak orang yang kini tertarik untuk memasuki bisnis ini sebagai peluang untuk meraih keuntungan yang signifikan. Peningkatan ini dipicu oleh tren konsumsi kopi yang terus berkembang, yang pada akhirnya meningkatkan permintaan kopi itu sendiri. Wajik Coffee bergerak dalam bidang penjualan berbagai macam minuman kopi, seperti hot arabika drip, americano, berbagai macam kopi susu lainnya. Wajik Coffee terletak di ruko Taman Bojana simpang 7 Kudus Jl. Jenderal Sudirman, Kudus Kota, Kudus, Wajik Coffee beroperasi mulai pukul 09.00 wib sampai dengan pukul 23:00 Wib. Berikut disajikan tabel mengenai data penilaian/rating tempat dari konsumen di Google Maps :

Tabel 1. 1
Rating Tempat Adari Konsumen di Google map

No	Tempat	Rating
1.	Jitu food and beverages	4,7
2.	Sokowolu Coffee and Culture	4,7
3.	Wajik Coffee Bojana	4,6
4.	Wipsy Coffee & Meet.	4,5
5.	Rooster's	4,3
6.	Anak Panah Kopi Kudus	4,3
7.	Aljava cafe	4,3
8.	Belikopi Kudus	4,2

Sumber : Google Maps, (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa Wajik Coffee menempati ketiga dengan rating 4,6/5 dibawah dua tempat teratas yaitu Jitu food and beverages dan Sokowolu Coffee and Culture, yang artinya Wajik Coffee Bojana masih memiliki

banyak kendala untuk diperbaiki guna mempertahankan dan meningkatkan posisinya.

Dalam persaingan bisnis ini Wajik Coffee khususnya di sekitar alun-alun kudu akhir-akhir ini mengalami penurunan. Data penjualan Wajik Coffee selama beberapa bulan menunjukkan adanya penurunan jumlah produk penjualan. Sehingga perlu bagi pemilik usaha/kedai untuk mengetahui penyebab terjadinya penurunan penjualan tersebut. Mengetahui penyebab ini akan memungkinkan mereka untuk mengambil tindakan yang tepat guna memperbaiki situasi dan meningkatkan kepuasan konsumen. Adapun data produk yang terjual pada Wajik Coffee sebagai berikut :

Tabel 1. 2
Data Jumlah Produk/cup Terjual Wajik Coffee Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah produk terjual (cup)
1.	Januari 2023	1798
2.	Februari 2023	1977
3.	Maret 2023	1587
4.	April 2023	1531
5.	Mei 2023	1693
6.	Juni 2023	1650
7.	Juli 2023	1875
8.	Agustus 2023	1931
9.	September 2023	1768
10.	Oktober 2023	1912
11.	November 2023	1937
12.	Desember 2023	1989

Sumber : Wajik Coffee, (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa jumlah produk yang terjual disetiap bulannya mengalami perubahan yang berfluktuatif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap bulan produk yang terjual mengalami perubahan yang tidak pasti dan selalu berubah-ubah setiap bulan, ini dilihat dari kepuasan konsumen yang belum

bisa mendapatkan hasil yang memuaskan. Penurunan terjualnya produk tersebut kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak berjalan dengan baik dan akibatnya penjualan tidak maksimal.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti dengan melakukan pra-survei dengan konsumen sebanyak 17 orang di Wajik Coffee dan memperoleh informasi yang menyebabkan penjualan di Wajik Coffee menjadi naik turun atau tidak stabil menurut beberapa konsumen merasa kurang nyaman dengan *store atmosphere* (Suasana toko) di Wajik Coffee. Adapun tabel mengenai keluhan yang diberikan oleh beberapa konsumen:

Tabel 1. 3
Keluhan Konsumen tentang *Store Atmosphere*

No	Keluhan
1.	Kurang nyaman karena terlalu ramai karena di area Pusat Kuliner Kudus Taman Bojana
2.	Tata letak kedai kurang menarik
3.	Tempat duduk sangat minim
4.	Ruangan yang terasa pengap
5.	Kebisingan dari aktivitas para pedagang

Sumber : Hasil Pra-survei Wajik Coffee, (2024)



Gambar 1. 2
Suasana Wajik Coffee di ruko Taman Bojana Simpang 7 Kudus

Berdasarkan Tabel 1.3 Ulasan tersebut dibuat oleh konsumen setelah melakukan kunjungan, konsumen merasa lingkungan yang ramai dan desain

interior yang dipikirkan dengan baik, sirkulasi udara kurang memadai, dan masalah kebisingan dari keramaian Pusat Kuliner Kudus Taman Bojana karena itulah konsumen sulit untuk bersantai dan menikmati waktu mereka di kedai kopi.

Persepsi konsumen terhadap harga di menu Wajik Coffee tentu juga mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Perbandingan harga antara Wajik Coffee dan Kopi Cilik dilakukan karena keduanya memiliki konsep yang sama sebagai kedai kopi dengan menu sejenis dan harga terjangkau. Selain itu, keduanya menargetkan segmen pasar yang serupa dan menawarkan pengalaman menikmati kopi dalam suasana yang nyaman. Harga yang relevan juga sangat dipertimbangkan oleh konsumen, berikut perbandingan harga Wajik Coffee dan Kopi Cilik:

Tabel 1. 4
Perbandingan Harga Wajik Coffee dan Kopi Cilik

No	Wajik Coffee		Kopi Cilik	
	Menu	Harga	Menu	Harga
1.	Latte	15.000	Café Latte	12.000
2.	Chocolate	15.000	Iced Choco Latte	12.000
3.	Kopi Susu Gula Aren	18.000	Kopi Susu Klasik	9.000
4.	Kopi Susu Vanilla	18.000	Kopi Lemon	12.000
5.	Kopi Susu Hazelnut	18.000	Compas	12.000

Sumber : Wajik Coffee, (2024)

Sumber : Kopi Cilik, (2024)

Berdasarkan tabel 1.4 Berikut adalah harga menu di Wajik Coffee cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan Kopi Cilik. Misalnya, Latte di Wajik Coffee dihargai Rp 15.000, sedangkan Café Latte di Kopi Cilik hanya Rp 12.000. Hal serupa terlihat pada Kopi Susu Gula Aren yang dihargai Rp 18.000 di Wajik Coffee, sedangkan Kopi Susu Klasik di Kopi Cilik hanya Rp 9.000. Perbedaan harga ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kedua kedai kopi tersebut.

Kualitas Pelayanan yang ada di Wajik Coffee Bojana juga dikeluhkan oleh konsumen. Konsumen menyatakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan kurang memuaskan.

Berikut disajikan ulasan konsumen mengenai kualitas pelayanan:

Tabel 1. 5
Ulasan Konsumen Wajik Coffee tentang Kualitas Pelayanan

No	Keluhan
1.	Tempat duduk sangat minim
2.	Kurang responsif saat melayani konsumen
3.	Kurangnya informasi menu
4.	Pelayanan lambat saat ramai konsumen
5.	Meja tidak langsung dibersihkan ketika selesai digunakan

Sumber : Hasil Pra-survei Wajik Coffee, (2024)

Berdasarkan tabel 1.5 ulasan beberapa konsumen tersebut membagikan pengalaman mereka saat berkunjung ke Wajik Coffee bojana di Kudus. Mereka menyebutkan keluhan terkait kualitas pelayanan yang sudah rasakan, perlu bagi Wajik Coffee untuk melakukan perbaikan terkait kualitas pelayanan agar kedepannya semakin baik.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu keragaman produk, Persaingan di antara kedai kopi mengharuskan adanya produk berkualitas yang memiliki nilai tambah dibandingkan dengan kedai lainnya, sehingga produk tersebut terlihat berbeda dari pesaing. Meskipun persaingan antar bisnis adalah hal yang wajar bagi setiap pengusaha, keragaman produk di Wajik Coffee juga banyak dikeluhkan dikarenakan tidak menjual makanan. Adapun perbandingan keragaman produk dengan pesaing terdekat:



Sumber : Wajik Coffee, (2024)

Gambar 1.3
Menu diWajik Coffee Bojana



Sumber : Kopi Cilik, (2024)

Gambar 1. 4
Menu di Kopi Cilik

Berdasarkan gambar 1.3 dan gambar 1.4 perbandingan menu terlihat sangat mencolok dan variasi menu, menu yang ada di Wajik Coffee hanya menjual minuman saja sedangkan di Kopi cilik terbilang sangat beragam terdapat aneka minuman dan tersedia makanan juga sehingga konsumen akan cenderung mendatangi tempat nongkrong yang menunya beragam.

Tempat wajak coffee cukup banyak mendapat sorotan dari konsumen, banyak konsumen bingung ketika area Pusat Kuliner Kudus Taman Bojana sedang ramai atau ketika ada acara di alun-alun kudus. Berikut beberapa keluhan yang diungkapkan oleh konsumen :

Tabel 1. 6
Keluhan Konsumen Terhadap Tempat

No	Keluhan
1.	Area parkir membingungkan dan sering penuh
2.	Jalan menuju ke kedai sering macet ketika alun alun kudu ada acara.
3.	Keterbatasan fasilitas seperti toilet yang agak jauh
4.	Ruang yang sempit
5.	Tempat yang agak tersembunyi

Sumber : Hasil Pra-survei Wajik Coffee, (2024)

Berdasarkan tabel 1.6 ulasan dari konsumen tempat juga menjadi sorotan kerana Wajik Coffee berada pusat kota dan di area pasar taman bojana yang

menandakan tempat tersebut selalu ramai oleh aktivitas banyak orang. Hal ini menandakan bahwa tempat juga menjadi faktor kepuasan konsumen di Wajik Coffee.

Kepuasan konsumen yang rendah bisa jadi disebabkan oleh ketidakcocokan atau ketidaksesuaian *store atmosphere*, persepsi harga, kualitas pelayanan, keragaman produk, tempat di Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus yang berakibat pada penurunan produk yang terjual hal ini tentunya akan menghambat perusahaan dalam bersaing dengan kompetitor lainnya. Penelitian ini mengambil obyek Wajik coffee di ruko taman Bojana Simpang 7 Kudus yang merupakan salah satu pelopor kedai kopi dikudus dan cukup terkenal. Dalam persainan bisnis yang menerapkan sumber daya manusia yang berkualitas dan strategi pemasaran yang mencakup permasalahan yang ada.

Terdapat *research gap* pada penelitian terdahulu yang digunakan penulis sebagai referensi, adapun *research gap* adalah perbedaan pendapat dari para ahli yang dijadikan referensi penulis. Berikut ini adalah *research gap* yang ada pada penelitian ini :

Pada variabel *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen terdapat perbedaan hasil penelitian dimana penelitian Sambara et al.,(2021) dengan judul “Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Cafe 3.am Koffie Spot Manado” dengan hasil menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Rijali & Rahmawati, (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Owners Store Tanjung Tabalong” dengan hasil penelitian menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel persepsi harga terdapat *research gap* pada penelitian yang dilakukan oleh Palelu et al., (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang” dengan hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Yudi Septiawan et al., (2023) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cakra Buana Di Kerobokan Kelod” dengan hasil menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel kualitas Pelayanan terdapat *research gap* pada penelitian yang dilakukan oleh Mariansyah & Syarif, (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu” dengan hasil menyatakan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Budiarto dan Suhermin (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Store Atmosphere dan Word Of Mouth terhadap Kepuasan Konsumen” dengan hasil menyatakan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel keragaman produk terdapat *research gap* pada penelitian yang dilakukan oleh Crismon & Andy, (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh

Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada-Tangerang” dengan hasil menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah & Aprianti, (2020) dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima” dengan hasil menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel tempat terdapat *research gap* pada penelitian yang dilakukan oleh Crismon & Andy, (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan tempat Terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada-Tangerang” dengan hasil menyatakan bahwa tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Hilmi & Karsudjon, (2019) dengan judul “Pengaruh Tempat Dan Promosi Terhadap Pembelian Pada Ukhuwahmart Banjarmasin” dengan hasil menyatakan bahwa tempat berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan, fenomena, masalah, serta tabel penjualan yang fluktuatif informasi dari konsumen dan beberapa perbedaan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Store Atmosphere*, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan**

Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Wajik Coffee Di Ruko Taman Bojana Simpang 7 Kudus)”

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Variabel independen dari penelitian ini adalah *store atmosphere*, persepsi harga, kualitas pelayanan, keragaman produk, tempat.
- b. Variabel dependen dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen
- c. Objek penelitian pada Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus.
- d. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus.
- e. Waktu Penelitian dilakukan selama 1 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan beberapa masalah yang sudah diuraikan diatas yaitu:

1. Berdasarkan tabel 1.3 yang berisi keluhan konsumen tentang *store atmosphere*, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar keluhan berhubungan dengan aspek kenyamanan dan lingkungan fisik dari kedai Wajik Coffee.
2. Berdasarkan tabel 1.4, Wajik Coffee cenderung mematok harga lebih tinggi dibandingkan Kopi Cilik untuk menu yang serupa. Sebagai contoh, Latte di Wajik Coffee dihargai Rp15.000, sementara *Café Latte* di Kopi Cilik hanya Rp12.000. Secara keseluruhan, Wajik Coffee menawarkan harga lebih tinggi dibandingkan Kopi Cilik.

3. Berdasarkan Tabel 1.5 keluhan konsumen mengenai kualitas pelayanan di Wajik Coffee mencakup minimnya tempat duduk, kurang responsifnya staf, kurangnya informasi menu, lambatnya pelayanan saat ramai, serta meja yang tidak segera dibersihkan setelah digunakan.
4. Berdasarkan gambar 1.3 dan gambar 1.4 perbandingan menu terlihat sangat mencolok dan variasi menu, menu yang ada di Wajik Coffee hanya menjual minuman saja sedangkan di Kopi cilik terbilang sangat beragam terdapat aneka minuman dan tersedia makanan juga sehingga konsumen akan cenderung mendatangi tempat nongkrong yang menunya beragam.
5. Berdasarkan tabel 1.6 Kesimpulan dari keluhan pelanggan Wajik Coffee mencakup masalah parkir yang membingungkan dan sering penuh, kemacetan jalan menuju kedai saat ada acara di alun-alun, serta keterbatasan fasilitas seperti toilet yang jauh. Selain itu, ruang yang sempit dan lokasi kedai yang tersembunyi turut menambah ketidaknyamanan.

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka muncul beberapa pertanyaan penelitian yaitu:

- 1) Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus ?
- 2) Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus ?
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus ?

- 4) Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus ?
- 5) Bagaimana pengaruh tempat terhadap kepuasan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus ?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Mengalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus.
- 2) Mengalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus.
- 3) Mengalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus.
- 4) Mengalisis pengaruh keragaman produk terhadap kepuasn konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus.
- 5) Mengalisis pengaruh tempat terhadap kepuasan konsumen Wajik Coffee diruko taman Bojana Simpang 7 Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan memberikan pemahaman baru dan pengetahuan terkait pengaruh *store atmosphere*, persepsi harga, kualitas pelayanan, keragaman produk, dan tempat terhadap kepuasan konsumen.

1.5.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi pada Wajik Coffee dalam meningkatkan kepuasan konsumen, dengan cara mempertahankan *store atmosphere*, persepsi harga, kualitas pelayanan, keragaman produk, dan tempat.

