

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kopi merupakan salah satu minuman paling populer di dunia yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, Indonesia memiliki kekayaan kopi yang tersebar di berbagai daerah. Keberagaman jenis dan cita rasa kopi Indonesia telah menjadikannya komoditas unggulan baik di pasar domestik maupun internasional.

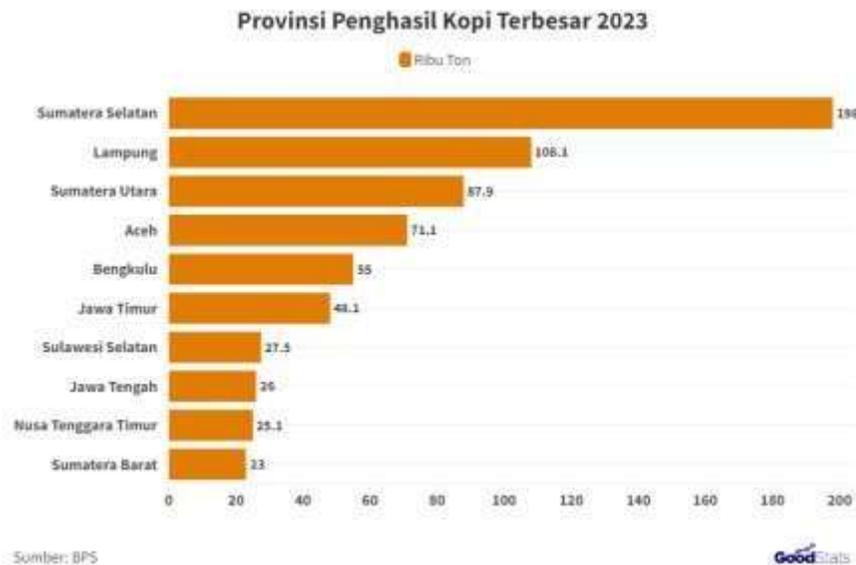
Menurut data yang bersumber dari International Coffee Organization (ICO), Indonesia berada di peringkat keempat sebagai negara penghasil kopi terbesar setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Hal ini menunjukkan bahwa kopi memiliki peran penting dalam sektor pertanian dan perdagangan Indonesia. Selain sebagai sumber devisa negara, kopi juga menjadi mata pencaharian utama bagi jutaan petani di pedesaan.

Di Indonesia, kopi tidak hanya menjadi komoditas ekspor unggulan, tetapi juga bagian dari budaya dan gaya hidup masyarakat. Konsumsi kopi terus meningkat seiring berkembangnya industri kedai kopi dan tren minum kopi di kalangan generasi muda.

Menurut Widodo (2016), kopi bukan hanya sekadar minuman, tetapi telah menjadi simbol sosial dan identitas budaya di berbagai daerah. Ia menyebut bahwa ritual minum kopi sering kali menjadi media interaksi sosial yang penting, terutama di daerah-daerah penghasil kopi seperti Aceh, Toraja, dan Jawa. Dari segi ekonomi, Purnomo dan Santoso (2019) menyatakan bahwa sektor kopi memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan petani dan devisa negara. Mereka menekankan bahwa pengembangan industri

kopi yang berkelanjutan perlu didukung oleh inovasi dalam budidaya, pengolahan, dan pemasaran.

Provinsi penghasil kopi terbesar di Indonesia dapat dilihat dari gambar berikut ini :



Gambar 1. 1 Provinsi Penghasil Kopi Terbesar di Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik 2023

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), provinsi penghasil kopi terbesar di Indonesia adalah Sumatera Selatan dengan hasil kopi sebesar 198 ribu ton pada tahun 2023, dan provinsi penghasil kopi paling sedikit pada tahun 2023 adalah Sumatera Barat dengan angka 23 ribu ton. Selisih angka dengan provinsi Sumatera Selatan adalah sebanyak 175 ribu ton. Kondisi iklim yang mendukung pertumbuhan tanaman kopi, peningkatan teknik budidaya yang lebih efisien, dan lahan kopi yang luas membuat sektor pertanian kopi di Sumatera Selatan meningkat dibandingkan provinsi lainnya di Indonesia.

Seiring dengan meningkatnya apresiasi terhadap kualitas kopi, munculnya *Coffee Shop* yang menawarkan kopi spesialti (*specialty coffee*) menjadi tren besar dalam industri ini.

*Coffee Shop* jenis ini lebih fokus pada kualitas biji kopi, teknik penyajian yang beragam, dan pengalaman pelanggan. Generasi muda semakin tertarik pada *Coffee Shop* yang menawarkan kopi berkualitas tinggi, dengan rasa yang unik dan beragam, serta transparansi mengenai asal biji kopi yang digunakan.

Industri *Coffee Shop* (kedai kopi) telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir, menjadi lebih dari sekadar tempat untuk menikmati kopi. *Coffee Shop* kini berperan sebagai bagian integral dari gaya hidup masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda. Fenomena ini tidak hanya terkait dengan kecintaan terhadap kopi, tetapi juga dengan perubahan dalam cara hidup, kebutuhan sosial, dan budaya konsumsi yang lebih memperhatikan pengalaman dan kualitas.

Perkembangan *Coffee Shop* juga ditandai dengan inovasi dalam desain dan konsep yang unik. Banyak *Coffee Shop* kini tidak hanya berfokus pada rasa kopi, tetapi juga menciptakan atmosfer yang nyaman dan menarik. Desain interior yang *instagramable*, dengan penggunaan elemen minimalis, vintage, atau industrial, menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi generasi muda yang ingin berbagi pengalaman mereka di media sosial.

Bagi banyak generasi muda, *Coffee Shop* bukan hanya sekadar tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga tempat untuk bersosialisasi. *Coffee Shop* menjadi ruang yang nyaman untuk bertemu teman-teman, menghabiskan waktu luang atau bahkan berkenalan dengan orang baru. Konsep yang ramah dan santai membuat *Coffee Shop* menjadi tempat populer untuk nongkrong dan menghabiskan waktu bersama. Selain itu *Coffee Shop* juga bisa digunakan untuk kegiatan penting misalnya, diskusi, bekerja dan lainnya.

Pertumbuhan industri *Coffee Shop* di Indonesia hingga tahun 2024 menunjukkan tren yang sangat positif dan pesat. Industri ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perubahan gaya hidup, meningkatnya minat terhadap kopi spesialti, dan perkembangan budaya kafe yang semakin populer di kalangan generasi muda.

Perkembangan *Coffe Shop* juga meningkat di kota Padang, hal ini dapat dilihat dari banyaknya *Coffe Shop* di kota ini. Sementara sampai tahun 2022 jumlah outlet kopi kekinian menurut dinas koperasi dan UMKM Sumatra Barat sudah mencapai 300 outlet. ([www.Riau.Com](http://www.Riau.Com), diunduh Mei 2025). Jumlah ini diperkirakan meningkat terus dari tahun-ketahun. Berikut adalah sebaran *Coffe Shop* yang nyaman, fasilitas lengkap, lingkungan yang kondusif dan tempat yang produktif.

Tabel 1. 1 Daftar Nama Coffe Shop

NO	NAMA CAFFE SHOP		RATING
1	Situ Koffie		Rating 4,5 dari alasan (285)
2	Saran Coffe House of Musi		Rating 4,5 dari alasan (217)
3	Kamtumi Coffe	Jl. Ujung Gurun No.152, Kec.Padang Barat	Rating 4,6 dari alasan (254)
4	The Gade Coffe & Gold by Pegadaian	Jl.Sawahana,Kec.Padang Timur	Rating 4,5 dari alasan (118)
5	Kopi Kita		Rating 4,5 dari alasan (184)

Sumber: <https://.cafewanderergh.com> (Publish, 21 Januari 2025)

Dari beberapa *Coffe Shop* yang ada di kota Padang terdapat salah satu *Coffe Shop* yang menarik, yaitu Situ Koffie. *Coffe Shop* ini melakukan berbagai upaya untuk menghadapi persaingan bisnis *Coffe Shop* yang semakin ketat, dengan menyediakan keunikan jenis produk dan pelayanan, agar pelanggan mendapatkan suatu pengalaman mengesankan ketika menggunakan jasanya.

Situ Koffie juga sering melakukan kerjasama dengan berbagai macam komunitas, untuk mengadakan kegiatan sosial, atau kegiatan khusus yang diadakan oleh masing-masing komoditas tersebut. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memperkuat imagenya dimata masyarakat kota Padang. Situ koffie juga menyediakan berbagai varian *coffe* dan harganya yang terjangkau seperti pada tabale 1.2 di bawah ini.

**Tabel 1.2 Harga dan Menu di Situ Koffie**

<b>Menu</b>	<b>Harga</b>
Es kopi susu situ	Rp. 18.000
Es americano	Rp. 17.000
Es kopi susu tiramisu	Rp. 24.000
Cappucino	Rp. 20.000
Caffe latte	Rp. 22.000
Iced coffe chocolata	Rp. 24.000
Es kopi keju	Rp. 24.000
Caramel Macchiato	Rp. 24.000
<b>Non Coffe</b>	

Matcha	Rp. 22.000
Iced matcha cheese	Rp. 24.000
Iced red velvet	Rp. 20.000
Iced lychee tea	Rp. 20.000
Iced chocolat cheese	Rp. 24.000
Chocolat	Rp. 22.000

*Sumber : Situ koffee Padang*

Dari tabel 1.2 di atas dapat dilihat harga di situ koffee padang berkisaran dari harga Rp. 17.000 – Rp. 24.000 yang dimana menu andalan dari situ koffee ini adalah Es kopi susu situ selain itu situ koffee juga menyediakan menu non coffe bagi para pelanggan ,dan harga yang ditawarkan situ koffee tidak beda jauh dengan *coffe shop* lainnya yang ada di kota padang.

Berdasarkan ulasan dari pelanggan yang pernah mengunjungi Situ Koffee, banyak yang memberikan ulasan yang positif sehingga mendapatkan rating 4,5 di Google Review dan 4,8 di Aplikasi Gojek. Menurut pelanggan ,kualitas pelayanan yang di berikan karyawan Situ Koffee terhadap pelanggan sangat memuaskan. Dari segi Harga sangat terjangkau dan rasa kopi yang disukai pelanggan. Namun demikian, masih terdapat opini dari para pelanggan yang memberikan rating dibawah standar, terutama dalam hal sarana dan prasarana seperti toilet dan area outdoor. Berikut review pelanggan dari Google Review dan Gojek.



Gambar 1. 2 Review positif pelanggan Situ Koffie padang pada google review

Sumber:google review



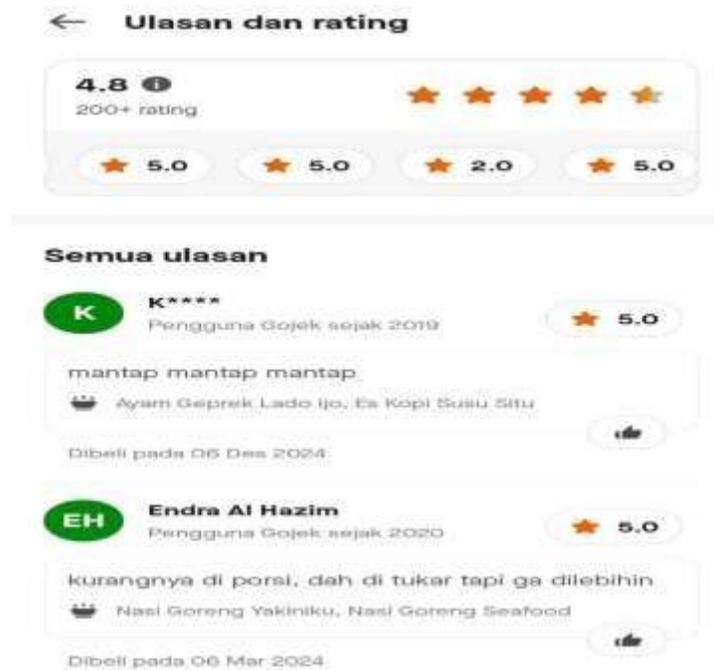
untuk area outdoor kayak ya mesti di rapikan lagi karena kadang becek dan air menggenang, kalo bisa di buatkan saluran airnya biar ga ada genangan dan lebih bagus lagi area outdoor nya ada atap transparan gitu atau pake payung2

🤍 Tekan lama untuk memberikan reaksi

Gambar 1. 3 Review negatif pelanggan Situ Koffie padang pada google review

Sumber: google review

Dan berikut review pelanggan Situ Koffie pada aplikasi Gojek:





*Gambar 1. 4 Review pelanggan Situ Koffie Padang pada Aplikasi Gojek*

*Sumber:Review Aplikasi Gojek*

Berdasarkan ulasan tersebut dapat dilihat bahwa masih kurangnya sarana dan prasarana di Situ Koffie Padang yang membuat konsumen kurang nyaman, Serta juga ada keluhan lain dari para pelanggan yang berbelanja melalui aplikasi Gojek yang komplain dengan pesanan mereka yang datang tidak sesuai dengan apa yang dipesan.

Salah satu upaya untuk mewujudkan keberhasilan bisnis adalah membangun hubungan yang kuat dengan pelayanan yang baik dimana usaha tersebut dilakukan untuk menjaga pelanggan yang sudah ada. Pelanggan yang di jaga dengan baik akan menjadi pelanggan yang loyal dan setia, sehingga bisa menstabilkan atau meningkatkan penjualan.

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa yang akan datang, meski

pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan beralihnya konsumen ke tempat lain.

Menurut Tjiptono (2019), loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen pelanggan terhadap suatu brand, toko, dan supplier, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian yang dilakukan secara berulang. Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu.

Menurut Rohman (2016) loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan, meski adanya pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan beralih. Pelanggan yang loyal tentunya pelanggan yang puas akan produk atau jasa yang mereka dapatkan di Situ Koffie Padang.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kotler & Armstrong (2010) menyatakan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi antara harapan dan kualitas produk yang diekspresikan dengan perasaan senang atau kecewa. Kepuasan pelanggan juga merupakan aksi dinamis dan relatif.

Menurut Westri (2019), kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan, mengurangi biaya menarik pelanggan baru, dan meningkatkan reputasi pelanggan di pasar. Pelanggan yang setia adalah aset berharga bagi setiap bisnis. Mereka bukan hanya membeli produk atau layanan secara berulang, tetapi juga menjadi pendukung merek yang membantu membangun reputasi dan kepercayaan.

Di era kerja fleksibel dan pembelajaran jarak jauh, *Coffee Shop* menjadi pilihan bagi banyak orang, terutama generasi muda, untuk bekerja dan belajar. Suasana yang lebih santai

dibandingkan kantor atau ruang kelas formal, serta ketersediaan Wi-Fi dan ruang duduk yang nyaman, menjadikan *Coffee Shop* tempat yang ideal untuk bekerja secara produktif. Banyak pekerja, mahasiswa, atau pengusaha muda yang menganggap *Coffee Shop* sebagai kantor kedua mereka.

Banyak mahasiswa terutama Gen Z yang memang suka *hangout* di *Coffee Shop* karena berbagai alasan seperti kenyamanan, suasana yang mendukung produktivitas, fasilitas Wi-Fi gratis, serta tempat untuk bersosialisasi. *Coffee shop* telah menjadi bagian dari gaya hidup yang modern, dan tempat-tempat ini sering kali menjadi ruang untuk belajar, bekerja, bersantai, serta mempererat hubungan sosial.

Penulis juga melakukan survey awal terhadap 30 responden konsumen *Situ Koffie Padang* pada bulan Mei 2025 dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini.

Tabel 1. 2 Hasil Survey awal terhadap 30 Responden Konsumen *Situ Koffie Padang*

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK
1	Apakah anda pernah mengunjungi <i>Situ Koffie Padang</i> sebelumnya?	67%	33%
2	Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan <i>Situ Koffie</i> ?	86%	14%
3	Apakah Brand Image menjadi salah satu daya tarik anda untuk mengunjungi <i>Situ Koffie</i> ?	17%	83%
4	Apakah harga yang ditawarkan <i>Situ Koffie</i> sesuai dengan nilai rasa yang anda rasakan?	87%	13%
5	Apakah harga yang ditawarkan <i>Situ Koffie</i>	24%	76%

<b>NO</b>	<b>PERTANYAAN</b>	<b>YA</b>	<b>TIDAK</b>
	membuat anda menjadi loyal?		
6	Apakah Harga yang diberikan Situ Koffie sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan?	66%	34%
7	Apakah kualitas pelayanan yang diberikan membuat anda menjadi loyal?	83%	17%
8	Apakah kepuasan anda berpengaruh terhadap loyalitas anda di Situ Koffie?	74%	26%

*Sumber: Survey Awal, 2025*

Berdasarkan hasil survey awal di Situ Koffie Padang bahwa dari 30 responden yang mengisi kuesioner terdapat 67% dari responden tersebut sebelumnya pernah mengunjungi Situ Koffie, dari 30 orang responden tersebut 86% menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan Situ Koffie dari segi pelayanan yang ramah dan sopan ketika melayani para pelanggan. Menurut para responden yang pernah mengunjungi Situ Koffie bahwa Brand Image itu tidak menjadi salah satu daya tarik penting bagi mereka untuk mengunjungi Situ Koffie karena para pelanggan lebih mementingkan kenyamanan dari segi tempat dan pelayanan yang diberikan Situ Koffie. dari segi harga 76% responden menjawab harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, namun sekitar 24% pelanggan Situ Koffie yaitu Gen Z masih mempertimbangkan harga, bagi mereka yang masih sekolah harga di Situ Koffie masih terbilang sedikit mahal. Walaupun dari segi harga Situ Koffie masih terbilang cukup tinggi bagi kalangan Gen Z yang masih bersekolah tetapi 66% pelanggan yang pernah berkunjung ke Situ Koffie merasa puas yaitu pada kualitas pelayanan dan rasa dari kopi yang

disajikan. Menurut responden mereka loyal pada Situ Koffie karena sekitar 83% merasakan kualitas pelayanan yang baik dan sekitar 73% merasa puas saat mengunjungi Situ Koffie.

Penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti terdahulu, dari hasil penelitian terdahulu terdapat variabel yang tidak konsisten. Walaupun penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena lokasi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah di Kota Padang, dan objek penelitian ini adalah Situ Koffie. Terdapat perbedaan hasil penelitian antara para peneliti terdahulu, ini berarti terdapat variabel yang tidak konsisten. Normasari (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Selnes (2017) bahwa brand image dari perusahaan mempengaruhi loyalitas dari konsumen. Kristianti & Rivai (2019) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Istiyawari (2021) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Inggil (2019) pada penelitiannya menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Situ Koffie Padang?

2. Bagaimana pengaruh langsung brand image terhadap loyalitas pelanggan Situ Koffie Padang?
3. Bagaimana pengaruh langsung persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan Situ Koffie Padang?
4. Bagaimana pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Situ Koffie Padang?
5. Bagaimana pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Situ Koffie Padang?
6. Bagaimana pengaruh langsung brand image terhadap kepuasan pelanggan di Situ Koffie Padang?
7. Bagaimana pengaruh langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Situ Koffie Padang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian di atas ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Situ Koffie Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung brand image terhadap loyalitas pelanggan di Situ Koffie Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan di Situ Koffie Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Situ Koffie Padang.

5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Situ Koffie Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh langsung brand image terhadap kepuasan pelanggan di Situ Koffie Padang.
7. Untuk mengetahui pengaruh langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Situ Koffie Padang.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan kontribusi bagi pihak-pihak terkait, seperti:

1. Bagi penulis

Menambah wawasan akademis dan memperkaya literatur tentang pengaruh variabel intervening terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks industri kopi.

2. Bagi Situ Koffie

Memberikan informasi yang berharga untuk pengambilan keputusan terkait pengembangan produk, penentuan harga dan strategi promosi khususnya mengenai kualitas pelayanan, brand image dan harga.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa atau terkait.

#### **1.5 Batasan masalah**

Agar penelitian ini dilakukan terarah dan topik yang dibahas tidak meluas maka perlu dilakukan lingkup penelitian. variabel yang diteliti adalah variable kualitas

pelayanan, brand image dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening studi kasus pada Situ Koffie Padang responden yang diteliti adalah konsumen Situ Koffie Padang pada tahun 2025.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan yang di gunakan dalam penelitian penulisan ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Membahas tentang pendahuluan yang memuat uraian Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Batasan Masalah, dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka yang mendukung dalam pembahasan penelitian yang menguraikan tentang Kualitas Pelayanan, Brand Image, Persepsi Harga beserta indikatornya, Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir dan Hipotesis.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yaitu Operasi Variabel Penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data ,Tekniik Pengumpulan Data , dan Teknik Analisis Data.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini mencangkup di antaranya mengenai deskripsi Objek Penelitian, Analisis Data, dan Pembahasan. Pada bab ini membahas Gambaran Umum Perusahaan yang dijadikan objek dalam penelitian ini , Analisis Data yang di olah ,serta Pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan Kesimpulan dari hasil penelitian disertai dengan keterbatasan penelitian dan saran yang disertai dengan Daftar Pustaka.