

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi secara global serta kemajuan teknologi modern memberi dampak bagi kehidupan yang semakin praktis, cepat, ekonomis, serta memberi dampak pada pola perilaku masyarakat yang cenderung mengutamakan pelayanan yang memuaskan, dan kualitas yang baik pada produk. Berkembangnya industri modern dengan cepat dan masing-masing industri mulai berusaha untuk bertahan serta bersaing dengan menonjolkan keunggulannya. Industri *café* merupakan salah satu industri yang berkembang pesat dan banyak diminati. Dimana setiap tahunnya perkembangan dan pertumbuhan *café* di Indonesia termasuk Kota Jepara jumlah gerai yang dibuka selalu bertambah. Industri ini merupakan industri yang menjajikan serta dapat memperoleh keuntungan di jangka waktu yang panjang.

Bisnis *Coffee Shop* di Indonesia sendiri mulai marak setelah kehadiran kedai kopi asal Amerika yaitu *Starbucks*. Hadirnya kedai asal Amerika ini memicu kembali hadirnya kedai kopi seperti *J.CO Donuts and Coffee*, *The Espresso* dan masih banyak yang lain. Karena hal tersebut membuat inspirasi bagi masyarakat, fenomena tersebut membuat para pelaku usaha untuk ikut menciptakan usaha *Coffee Shop*. Dapat kita lihat di Indonesia banyak berdiri *Coffee Shop* yang sangat ramai dan sudah berkembang termasuk di kota Jepara sendiri.

Coffe shop merupakan salah satu jenis *café* yang paling menonjol dan yang paling banyak jumlahnya. Hal ini disebabkan oleh minat masyarakat yang tinggi untuk meminum kopi yang sudah menjadi kebiasaan dan kegiatan sehari-hari khususnya yang tinggal dikota. Gerai-gerai *Coffee shop* di kota tidak pernah sepi pengunjung walaupun harga yang ditawarkan itu mahal karena kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat kota dimana yang mereka butuhkan itu adalah tempat nyaman untuk sekedar bertemu dan berkumpul dengan teman maupun keluarga, serta melepas penat dari padatnya pekerjaan.

Selain itu, minum kopi di kedai kopi telah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia. Tidak hanya sekedar minum kopi, tetapi biasanya kedai kopi juga menjadi tujuan beberapa kegiatan tertentu, seperti bertemu klien, sebagai tempat untuk bersosialisasi atau sebagai tempat belajar bagi kalangan pelajar dan mahasiswa. *Coffe shop* tidak hanya di kota-kota besar saja, namun juga hadir di kota-kota kecil di Indonesia, salah satunya di Kota Jepara. Dengan munculnya berbagai kedai kopi di Jepara, tentu persaingan juga semakin kompetitif, sehingga para pelaku usaha berusaha untuk memberikan kepuasan kualitas yang baik pada produk dan pelayanannya.

Usaha kopi di Jepara sudah lama menjamur sejak 2015, mulai dari *café and resto* serta *Coffee shop*. Bisnis *Coffee shop* yang semakin banyak di kota Jepara membuat para pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi baru dalam memberikan pelayanan yang baik. Hal tersebut menarik minat para pelaku usaha untuk mulai kembali merambah bisnis *Coffee Shop* di Jepara. Melihat

kebiasaan dan perilaku masyarakat Jepara, kedai kopi dan *café* tidak hanya dijadikan sebagai tempat makan dan minum, tetapi dijadikan sebagai gaya hidup dimana *Coffee shop* merupakan tempat berkumpul yang sangat diminati oleh kalangan muda hingga dewasa.

Dari tahun 2015-2017 tercatat ada beberapa *Coffee Shop* yang berkembang dengan menggunakan produk kopi asli lokal Jepara. Dengan pertumbuhan yang cukup tinggi mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar tercipta kepuasan tersendiri bagi konsumen yang menikmatinya. Pernyataan tersebut dikuatkan dengan data *Coffee shop* yang menggunakan kopi lokal Jepara, berikut data *Coffe shop* yang menggunakan kopi lokal Jepara :

Tabel 1.1
Coffe Shop Jepara
yang menggunakan kopi lokal asli Jepara

No.	Nama <i>Coffee Shop</i>	Tahun berdiri	Alamat
1.	Kedei Coffee	2015	Ngabul
2.	Enjang Coffee	2015	Ngabul
3.	Barakopi	2016	Jepara
4.	Teras Coffee	2016	Jepara
5.	Monokopi	2016	Jepara

Sumber : Komunitas kopi Jepara

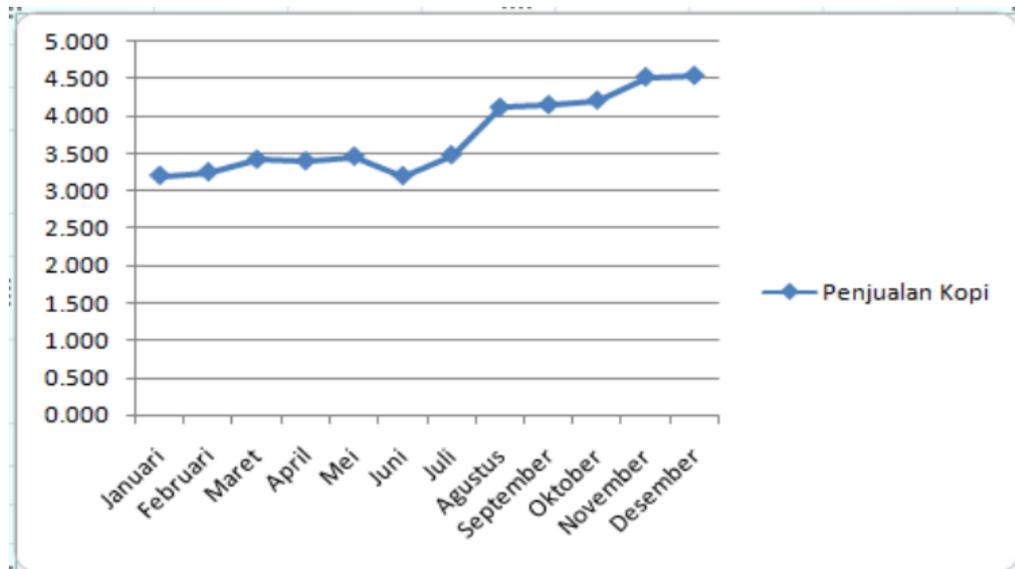
Disalah satu sudut kota Jepara terdapat *Coffee shop* yang cukup ternama dengan menggunakan produk lokal yaitu kopi asli Jepara yang diambil dari berbagai daerah yang ada di Jepara. *Coffee shop* tersebut memiliki nama “Kedei_Coffe” yang lokasinya mudah di jangkau oleh semua orang khususnya masyarakat Jepara, tepatnya adalah di jalan raya Ngabul dan yang mana pemilik *Coffee shop* tersebut terkenal dengan nama “mas Afif”. Kedei Coffee

merupakan *Coffee Shop* yang terletak di Jalan Soekarno Hatta KM 7 tepatnya di Desa Ngabul RT3/1 Kecamatan Tahunan kabupaten Jepara. Di dirikan sejak tahun 2015 Kedei Coffee memiliki konsep tampilan bangunan yang modern dengan nuansa semi klasik. Seiring perkembangan *Coffee Shop* yang awalnya digunakan sebagai tempat menghilangkan kebosanan kini sudah banyak sekali *Coffee Shop* dialihkan fungsi masyarakat sebagai tempat sosialisasi, rapat, dan pertemuan formal lainnya.

Dalam waktu 4 tahun ini Kedei Coffee merupakan pelopor berkembangnya *Coffee Shop* di Kota Jepara. Kedei Coffee kini berupaya dalam menciptakan pelayanan yang baik agar pemenuhan kepuasan pelanggan bisa tercapai dan menimbulkan sikap minat pembelian ulang di lain waktu. Dengan adanya beberapa *Coffee Shop* yang hadir tentunya akan menimbulkan persaingan yang ketat dalam memenuhi kepuasan konsumen. Pelaku usaha juga di tuntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen agar bisa terciptanya minat beliulang di waktu yang akan datang.

Dengan adanya kualitas produk, kualitas layanan yang terdapat pada Kedei Coffe tersebut menimbulkan kepuasan bagi konsumen yang menikmatinya dan hal tersebut dapat membuat konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada Kedei Coffee ini, seperti halnya data di bawah ini yang menunjukkan peningkatan penjualan kopi. Berikut adalah data penjualan kopi pada Kedei Coffee Ngabul Jepara di tahun 2018 :

Tabel 1.2
Penjualan Kopi per Cup Selama 1 Tahun
Pada tahun 2018



Sumber : Data penjualan Kedei Coffee

Dapat dilihat dari grafik diatas, penjualan produk di Kedei Coffee pada tahun 2018 mengalami kenaikan yang cukup besar mulai dari bulan Januari sampai Desember. Penurunan hanya terjadi pada bulan Juni dikarenakan pada bulan juni pada saat itu adalah bulan Ramadhan, jadi orang cenderung lebih banyak menghabiskan waktu untuk dirumah. Menurut pemilik Kedei Coffee, dengan melihat kenaikan penjualan yang cukup besar dan signifikan dalam per hari rata-rata pengunjung sampai lebih dari 300 orang. Hal tersebut membuktikan bahwa Kedei Coffee merupakan tempat ngopi yang cukup diminati masyarakat Jepara. Terbukti dari total penjualan 80% konsumen yang datang setiap harinya adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian sebelumnya di Kedei Coffee. Hal tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa kepuasan konsumen akan menentukan pembeli untuk melakukan pembelian ulang di waktu yang akan datang. Pemilik kedei coffee

mengungkapkan bahwa dengan tingkat minat pembelian ulang yang sangat tinggi perusahaan selalu berupaya meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan pada Kedei Coffee.

Adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang dan mengajak konsumen lain agar membeli produk yang sama. Keuntungan berlipat ganda akan diperoleh produsen, melalui penyebaran informasi positif dari konsumen ke konsumen. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain. Kurangnya kepuasan akan mengakibatkan konsumen enggan untuk melakukan pembelian ulang pada sebuah perusahaan atau merek tertentu.

Kualitas produk merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, keandalan atau kemajuan, kemudahan dalam pengemasan dan penggunaan dan ciri lainnya (Kotler dan Armstrong, 2012). Dengan adanya kualitas yang baik dan terjaga maka konsumen akan puas dan akan memiliki minat untuk datang, membeli dan menggunakan kembali produk tersebut.

Kedei Coffee dalam mengutamakan kualitas produknya, menggunakan kopi biji kecil yang mampu memberikan ciri tersendiri dengan aroma yang khas, ada beberapa kelebihan dalam menggunakan biji kopi kecil yakni selain rasanya yang lebih pahit, juga umur pohonnya yang lebih lama dibanding lainnya. Dengan pengolahan kopi Jepara Kedei Coffee memiliki beberapa

produk unggulan yaitu Robusta Tempur, Robusta Damarwulan, Dudakawu, Arabika Jepara, Kopi Pong, Vietnam Drip dan Latte.

Kualitas layanan merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang, karena kualitas layanan yang dibentuk dari sudut pandang konsumen akan memberikan nilai tambah tersendiri terhadap produk dan layanan yang ditawarkan, kualitas layanan merupakan suatu instrumen yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai pelayanan yang diberikan perusahaan. Dengan adanya kualitas yang tinggi maka pelanggan akan memiliki minat untuk menggunakan kembali produk dan jasa tersebut.

Berdasarkan pendapat di atas, maka perusahaan dituntut untuk selalu melakukan pengamatan pasar yang menjadi kebutuhan perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2014), konsep pemasaran menetapkan sebuah kunci dalam mencapai sebuah tujuan organisasi yang akan ditetapkan dan dipergunakan oleh perusahaan, harus efektif dibandingkan dengan pesaing dalam proses penciptaan, pembaruan, dan mengkomunikasikan keinginan konsumen kepada sasaran yang telah ditentukan. Konsep ini memiliki sudut pandang dari luar ke dalam, dimulai dari pasar yang didefinisikan secara baik, dengan fokus utama adalah kebutuhan konsumen yang menghasilkan laba/keuntungan serta memuaskan konsumen.

Dalam menjalankan bisnis *Coffee Shop*, Kedei Coffe telah menerapkan strategi pemasaran dalam menciptakan kepuasan yang dirasa konsumen dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang baik dalam mempengaruhi

minat beli ulang konsumennya. Seperti halnya dalam menjalankan promosi Kedei Coffee Jepara menerapkan strategi *Word Of Mouth* yaitu strategi dari mulut ke mulut dengan perantara komunitas kopi di kota Jepara. Dalam menguatkan citra perusahaan sering kali Kedei Coffee Jepara membuat event seperti sosialisasi kopi jepara kepada masyarakat dan pelajar, juga event kelas pameran di Kota Jepara. Hal ini bertujuan selain memperkenalkan produk asli Jepara Kedei Coffee Jepara juga memberikan informasi bahwa perusahaan menggunakan kopi asli Jepara yang rasanya tidak kalah nikmat dengan kopi nusantara yang diujakan di Jepara.

Minat beli ulang (*repurchase intention*) merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Keputusan untuk mengadopsi atau menolak suatu produk timbul setelah konsumen mencoba suatu produk tersebut dan kemudian timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk tersebut. Rasa suka terhadap produk, timbul bila konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Dengan kata lain produk tersebut mempunyai nilai yang tinggi di mata konsumen. Tingginya minat beli ulang tersebut akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk di pasar.

Dari beberapa penelitian terdahulu, penulis menemukan adanya *gap* atau perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh Kepuasan konsumen, Kualitas

Produk dan Kualitas layanan terhadap *Repurchase Intention*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Adji dan Samuel (2014), Sutopo (2016) menunjukkan bahwa Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*, namun penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2017) menunjukkan bahwa Kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yunus (2014), Triastuti (2016), Novia dan Madiawati (2019) menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*, namun penelitian yang dilakukan oleh Gunardi dan Sentosa (2014) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dzulfiqar (2016), Faradisa, *et al* (2016) dan Triastuti (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*, namun penelitian yang dilakukan oleh Vinda (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*.

Dengan melihat hasil penelitian sebelumnya, terdapat *gap* yang mengatakan bahwa kepuasan konsumen, kualitas produk, dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang. Dengan demikian penelitian ini layak untuk di teliti kembali dengan obyek yang berbeda yaitu Kedai Coffee Jepara. Karena didalam proses menjalankan penjualan kopi, perusahaan ini sudah menerapkan strategi pemasaran dalam menciptakan kepuasan yang dirasa konsumen dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang baik dalam mempengaruhi minat beli ulang konsumen, namun hasil yang ditargetkan dirasa belum cukup maksimal. Oleh karena itu, penulis tertarik

untuk meneliti dan mengambil judul **“Pengaruh Kepuasan konsumen, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap *Repurchase Intention* (Studi pada Konsumen Kedei Coffee Ngabul Jepara)”**.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah mengenai kepuasan, kualitas produk, kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap *repurchase intention*. Obyek analisis dalam penelitian ini adalah pelanggan Kedei Coffee Jepara.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah belum jelasnya hubungan antara variabel kepuasan konsumen, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap *repurchase intention*. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- a. Apakah Kepuasan berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan kedei coffee Ngabul Jepara?
- b. Apakah Kualitas Produk berpengaruh *Repurchase Intention* pada pelanggan kedei coffee Ngabul Jepara?
- c. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan kedei coffee Ngabul Jepara?
- d. Apakah Kepuasan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan kedei coffee Ngabul Jepara?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan kedai coffee Ngabul Jepara
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan kedai coffee Ngabul Jepara
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan kedai coffee Ngabul Jepara
- d. Untuk mengetahui Kepuasan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan kedai coffee Ngabul Jepara.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Dapat digunakan untuk memperluas pengetahuan atau wawasan bagi peneliti, serta dapat digunakan sebagai acuan dan bahan bagi pihak-pihak yang mengadakan penelitian lanjutan pada masalah yang sama.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan informasi dan masukan bagi perusahaan kedai coffe untuk memanfaatkannya sebagai strategi dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang.