

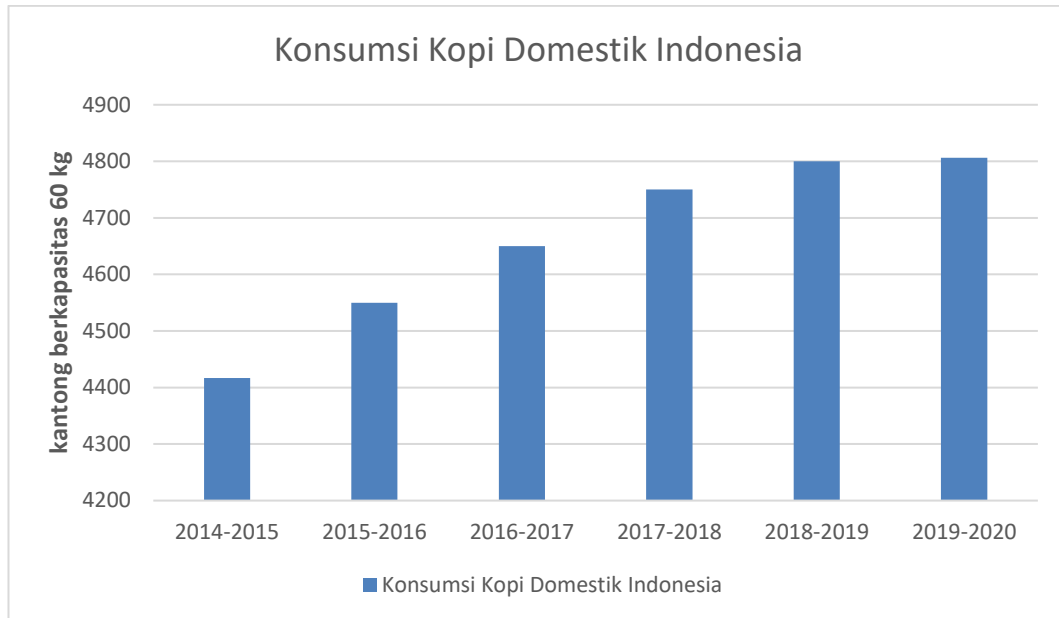
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kecil menengah (UKM) merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Sektor ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Banyak orang tertarik pada sektor UKM karena potensi pertumbuhannya yang besar dan kesempatan untuk berinovasi, termasuk dalam bisnis kedai kopi. Saat ini, kedai kopi menjadi bisnis yang cukup menjanjikan mengingat kebiasaan minum kopi baik di perkotaan maupun pedesaan telah menjadi gaya hidup masyarakat dari berbagai kalangan, terutama generasi milenial. Kedai kopi dianggap sebagai jenis usaha yang sangat strategis untuk dikembangkan.

Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) oleh Badan Pusat Statistik (BPS), kopi bubuk menjadi jenis kopi yang paling umum dikonsumsi oleh rumah tangga. Konsumsi kopi bubuk rumah tangga menunjukkan peningkatan sekitar 1,52% per tahun selama periode 1993-2021. Sementara itu, data mengenai tren konsumsi kopi instan baru tersedia sejak tahun 2015, dengan peningkatan signifikan sekitar 2,40% per tahun (Pusdatin, 2020). Bahkan, menurut *International Coffee Organization* (ICO), pada tahun 2020 Indonesia menjadi negara dengan konsumen kopi terbesar kelima di dunia. Hal ini juga sejalan dengan fakta bahwa kopi adalah salah satu komoditas ekspor terbesar yang mendukung perekonomian Indonesia. Berikut adalah tabel konsumsi kopi Indonesia sejak 2014 menurut *International Coffee Organization* (ICO) :



Gambar 1. 1 Konsumsi Kopi Domestik Indoneisa dari Tahun 2014

Sumber: *International Coffee Organization dalam statista.com 2023*

Hal tersebut menjadi salah satu pemicu tumbuhnya gaya hidup nongkrong sambil minum ngopi atau disebut ngopi. Kebiasaan minum kopi sering kali berfungsi sebagai media untuk bersosialisasi antar individu atau komunitas di berbagai daerah, baik di kota maupun di desa. Ngopi (berkumpul Bersama teman, saudara, atau kolega sambil menikmati sajian kopi) di kedai kopi tidak bisa lepas dari kebiasaan konsumen, dimana setiap individu menghabiskan waktu mereka di kedai kopi dengan berbagai kebiasaan yang dilakukan (Panggabean, 2011).

Selain fenomena ngopi yang terjadi dewasa ini, globalisasi juga mengubah banyak hal yang telah digantikan oleh teknologi, termasuk permainan atau game yang juga dianggap sebagai bentuk "kelincahan intelektual". Para pelaku industri game berlomba-lomba menciptakan game yang lebih realistis dan menarik bagi para pemainnya. Salah satu jenis permainan yang populer di era modern ini adalah PlayStation serta game online dan lainnya. PlayStation adalah teknologi canggih di bidang permainan, berupa rangkaian sistem yang mampu menampilkan gambar, suara, dan gerak saat dihubungkan ke televisi melalui kabel penghubung. (Ardiansyah, 2017). Playstation adalah game *console* yang terus berkembang hingga saat ini. Baru-baru ini sony mengeluarkan playstation 5 yang merupakan pengembangan dari jenis playstation sebelumnya (Ps 1, Ps 2, Ps 3, dan Ps 4) dengan menambahkan fitur baru serta kualitas tampilan game yang semakin nyata. Oleh karena itu playstation dengan segala perkembangannya akan selalu memiliki penggemar di tengah maraknya game online seperti *mobile legend*, *free fire*, PUBG dan lain sebagainya.

Kaji Kopi dan Playstation adalah umkm yang menggabungkan dua sektor bisnis yakni kedai kopi dan rental playstation, setiap pengunjung yang datang bisa sekedar menikmati menu kopi yang ditawarkan atau hanya sekedar ingin bermain playstation atau bermain playstation sambil minum kopi. Kaji Kopi terletak di Jl. Raya Babat-Bojonegoro, Desa Pekuwon, Kecamatan Sumberrejo, Kabupaten Bojonegoro. Didirikan oleh empat pemuda yang akrab dipanggil Mas Malik, Mas Dawam, Mas Beni, dan Mas Ira pada Juli 2022. Untuk menjalankan operasional bisnisnya, Kaji Kopi merekrut dua karyawan yang bekerja dalam dua shift per

hari, yaitu shift siang dan malam. Untuk melayani pelanggan berkunjung, Kaji Kopi tidak hanya menawarkan berbagai menu makanan dan minuman, tetapi juga menyediakan fasilitas PlayStation 3 untuk menarik penggemar game yang masih memiliki banyak peminat hingga saat ini. Ini menjadi ciri khas yang membedakan Kaji Kopi dari kedai kopi lainnya yang lebih fokus pada suasana atau desain unik.

Berdasarkan wawancara penulis dengan salah satu karyawan Kopi kaji dan Playstation. Pada setiap harinya Kaji kopi dan Playstation mendapatkan pemasukan yang fluktuatif atau naik turun. Akan tetapi berdasarkan rata-rata jumlah setoran harian, pada hari biasa Kaji kopi dan Playstation mendapatkan pemasukan kotor antara Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 2.000.000. Pada hari libur atau weekend pemasukan Kaji kopi dan Playstation bisa mencapai lebih dari Rp 2.000.000. Ini tergolong pendapatan yang cukup besar bagi kedai kopi dengan fasilitas playstation. Akan tetapi nominal pendapatan itu sejalan dengan biaya perawatan plastation yang memerlukan pengeluaran lumayan banyak serta untuk membeli stok barang yang lain.

Tabel 1. 1 Pendapatan Kaji Kopi dan Playstation

Bulan	Pendapatan kotor 2023	Pendapatan kotor 2024
Januari	Rp 39.162.000	Rp 37.842.000
Februari	Rp 32. 771.000	Rp 38.499.000
Maret	Rp 41.638.000	Rp 36.083.000
April	Rp 42.905.500	Rp 45.380.000
Mei	Rp 42.747.000	Rp 45.648.000
Juni	Rp 45.499.000	-
Juli	Rp 43.171.000	-
Agustus	Rp 39.124.000	-
September	Rp 39.065.000	-
Oktober	Rp 43.161.000	-
November	Rp 40.646.000	-

Bulan	Pendapatan kotor 2023	Pendapatan kotor 2024
Desember	Rp 38.556.000	-

Sumber : Arsip pribadi Kaji Kopi dan Playstation diolah

Hal ini menjadi bukti bahwa bisnis kedai kopi dapat menghasilkan pendapatan yang besar apabila memiliki manajemen strategi yang baik dalam menjalankan bisnisnya, serta memiliki inovasi tersendiri dalam konsep bisnis yang dijalankan seperti kaji kopi yaitu menambahkan item playstation dalam menu yang ditawarkan. Akan tetapi jika dilihat pada tabel 1.1 sering terjadi penurunan pendapatan, itu terjadi pada periode bulan Juni-September 2023 dan Oktober 2023 -Januari 2024 terjadi penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi pemilik usaha

Berlokasi di perbatasan antar kecamatan, Kaji Kopi menghadapi persaingan pasar yang ketat dengan banyaknya kedai kopi dan rental game yang tersebar di daerah Sumberrejo dan sekitarnya oleh karena itu perlu dilakukan strategi untuk menciptakan konsumen yang loyal agar bisnis tetap bertahan. Berikut adalah beberapa kedai kopi dan rental ps yang berada di dekat lokasi Kaji kopi dan Playstation berdasarkan observasi penulis:

Tabel 1. 2 Kedai Kopi dan Rental PS di sekitar Kaji Kopi dan Playstation

No	Nama Usaha	Alamat
1.	Kaji Kopi dan Playstation	Kec. Sumberrejo
2.	Kedai Nasionalisme	Kec. Sumberrejo
3.	Tekoku Ayam Ternak	Kec. Sumberrejo
4.	Sunshine Coffee and Earty	Kec. Sumberrejo

No	Nama Usaha	Alamat
5.	Markaz Game dan kopi	Kec. Balen
6.	Kedai Kopi Mak'em	Kec. Sumberrejo
7.	Kedai Pentjeng	Kec. Sumberrejo
8.	Tolonto game dan kopi	Kec. Baureno
9.	Kopi Giras	Kec. Sumberrejo
10.	Tejo Ndayak Playstation	Kec. Sumberrejo
11.	Omah Kopi dan Playstation	Kec. Sumberrejo

Sumber: Data primer diolah 2024

Melihat banyaknya kedai kopi dan rental playstation di daerah Sumberrejo tentu diperlukan adanya ciri khas tersendiri di setiap tempat tersebut yang menjadi daya Tarik untuk pelanggan berkunjung, sehingga pelanggan berminat untuk melakukan kunjungan Kembali dan berharap untuk kunjungan berikutnya dan seterusnya sehingga pelanggan tersebut bisa dikatakan loyal. Hal ini umum terjadi di kalangan kedai kopi tak terkecuali Kaji Kopi dan Playstation.

Menciptakan loyalitas pelanggan adalah tujuan utama dalam bisnis selain mendapatkan profit. satu-satunya yang dapat diciptakan oleh perusahaan yaitu nilai yang berasal dari pelanggan tersebut, itu merupakan semua nilai yang dimiliki sekarang dan nilai yang akan dimiliki di masa yang akan datang. Suatu bisnis akan sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan (Kotler & Keller, 2009). Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan, meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku (Kotler & Keller, 2009).

Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang atau berlangganan dalam jangka waktu tertentu. Pelanggan setia sangat berharga bagi perusahaan karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih tinggi dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Beberapa elemen yang mempengaruhi loyalitas pelanggan meliputi kepuasan, kepercayaan, komitmen pelanggan, dan persepsi terhadap kualitas pelayanan (Lepojević & Đukić, 2018). Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khoiriyah, 2017) dan (Tjahjaningsih et al., 2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, akan tetapi ini tidak senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abror et al., 2020) yang dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan harapan dan ekspektasi mereka terhadap suatu barang atau layanan jasa.(Hariono & Marlina, 2021). Menurut Kotler & Keller (2016), dimensi kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi beberapa ukuran, yaitu kesetiaan, pembelian produk yang ditawarkan, rekomendasi produk, kesediaan membayar lebih, dan memberikan masukan. Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika seseorang membandingkan kinerja atau hasil layanan suatu produk dengan harapannya. Ketika konsumen merasa puas, hal ini membawa berbagai manfaat, seperti terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen. Kepuasan ini juga mendorong pembelian ulang serta membangun loyalitas

konsumen. Selain itu, konsumen yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif dari mulut ke mulut, yang menguntungkan perusahaan (Keller, 2013). Kotler menyoroti tiga aspek utama dalam menciptakan kepuasan konsumen: kualitas, layanan, dan nilai (Kotler & Keller, 2016).

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, Kaji kopi selalu memperhatikan kualitas pelayanan melalui dua karyawannya atau owner langsung terjun lapangan mengatasi masalah yang terjadi pada pelanggan. Namun karena ada dua karyawan yang bekerja dalam dua shift (siang dan malam), maka akan rentan terjadi kesenjangan dalam hal kualitas pelayanan mengingat setiap individu memiliki karakter yang berbeda. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan (Alfian, 2018). kepuasan pelanggan akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik berarti mewujudkan kepercayaan pelanggan dan menimbulkan kemungkinan besar terbentuknya loyalitas pelanggan. akan tetapi terdapat kesenjangan penelitian dalam hal kualitas pelayanan, menurut (Gray NPM Utoyo et.al , 2023) dan (Nugroho et al., 2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, namun hal ini berolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adi et al., 2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Kemudian berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Dhisasmito & Kumar, 2020) dan (Pramesti & Chasanah, 2021) menyatakan bahwa kepuasan

berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, akan tetapi ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yaqin et al., 2023) yang hasilnya kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Selanjutnya, produk juga menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam menjalankan usaha. Menurut Kotler & Armstrong (2001), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk dievaluasi, dibeli, dan digunakan, serta mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Keberhasilan bisnis yang berkelanjutan sangat bergantung pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Konsumen akan menjadi puas apabila apa yang menjadi keinginan atau kebutuhan mereka itu tersedia pada bisnis yang kita jalankan. Maka menyediakan produk yang beragam akan menambah segmen pasar menjadi bertambah luas dan kemungkinan besar menjadi timbulnya loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler dalam (Anika, 2023), keragaman produk adalah faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan selain kualitas layanan. Keragaman produk mengacu pada variasi yang mencakup semua barang dan produk yang ditawarkan penjual kepada pelanggan. Kualitas pelayanan dan keragaman produk harus dijaga dan ditingkatkan untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan lama serta menjadi panduan bagi manajemen dalam melayani konsumen baru. Pada Kaji Kopi dan Playstation terdapat berbagai produk yang ditawarkan, yaitu aneka minuman seperti kopi, es, dan minuman sachet yang lain, aneka makanan ringan seperti krupuk, kripik, gorengan, risol dan roti kecil, terdapat juga Playstation 3 sebanyak 14 unit yang bisa dinikmati setiap pengunjung. Semakin banyak ragam produk yang ditawarkan maka pelanggan akan semakin puas, ini

sejalan dengan penelitian (Rohman & Marlana, 2021) dan (Ari Haeruddin, Ediyanto, 2022), akan tetapi berbanding terbalik dengan penelitian (Yaqin et al., 2023) yang hasilnya menyatakan tidak ada pengaruh antara keragaman produk dan kepuasan pelanggan

Dalam pengaruh mediasi, terjadi gap penelitian yang menjadi acuan dilakukannya penelitian ini, menurut (Ari Haeruddin, Ediyanto, 2022) dan (Tjahjaningsih et al., 2020) dalam hasil penelitiannya menyatakan terdapat pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, namun dalam penelitian (Yaqin et al., 2023) tidak terdapat pengaruh antara keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh (Solimun & Fernandes, 2018) dan (Anabila et al., 2022) terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. akan tetapi ini tidak sejalan dengan penelitian (Yaqin et al., 2023) yang dalam hasil penelitiannya tidak ditemukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang, dan beberapa fenomena yang terjadi, maka peneliti mengangkat uraian tersebut dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Kaji Kopi Dan Playstation Bojonegoro)”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan di latar belakang, maka rumusan masalah yang diajukan peneliti meliputi :

1. Apakah kualitas pelayanan karyawan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Kaji Kopi dan playstation?
2. Apakah keragaman produk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Kaji Kopi dan playstation?
3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi Loyalitas pelanggan pada Kaji Kopi dan playstation?
4. Apakah keragaman produk mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Kaji Kopi dan playstation?
5. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas konsumen pada Kaji Kopi dan playstation?
6. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Kaji Kopi dan playstation?
7. Apakah keragaman produk mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Kaji Kopi dan playstation?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mencakup gambaran mengenai apa yang ingin dicapai melalui pelaksanaan penelitian tersebut. Tujuan penelitian harus difokuskan pada masalah dan fenomena yang telah dirumuskan sebelumnya.

Berdasarkan rumusan masalah yang ditetapkan oleh peneliti, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kaji Kopi dan playstation
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kaji Kopi dan playstation
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Kaji Kopi dan playstation
4. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan Kaji Kopi dan playstation
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kaji Kopi dan playstation
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Kaji Kopi dan playstation
7. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan Kaji Kopi dan playstation

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah kontribusi atau dampak positif yang diberikan oleh hasil penelitian, baik dari segi teoritis maupun praktis, apabila tujuan penelitian tersebut telah tercapai. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai pihak dan memperluas pengetahuan serta wawasan mengenai teori yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan bacaan.

b. Manfaat praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan bagian dari studi untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menambah dan mengembangkan wawasan peneliti dalam penulisan karya ilmiah dengan ilmu yang penulis tempuh selama studi.

2. Bagi Kaji Kopi dan Playstation

Penelitian ini diharapkan memberi informasi dan berkontribusi dalam mengembangkan bisnis Kaji kopi dan Playstation dengan menjadi bahan pertimbangan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas dan produk yang beragam

3. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Penelitian ini dapat dijadikan bahan bacaan dan menambah wawasan bagi mahasiswa tentang kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan dan keragaman produk serta dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Agar fokus permasalahan yang diteliti tidak melebar dari isu yang telah dirumuskan maka diperlukan adanya Batasan penelitian. Oleh karena itu peneliti berfokus pada Batasan penelitian sebagai berikut:

1. Variabel dependen : Loyalitas pelanggan
2. Variable independen : Kualitas pelayanan dan Keragaman Produk
3. Variable intervening : Kepuasan pelanggan
4. Objek penelitian adalah Kaji Kopi dan Playstation Bojonegoro
5. Sampel penelitian berkriteria individu yang pernah melakukan kunjungan ke Kaji kopi