



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis di Indonesia semakin beragam, contohnya dibidang kuliner semakin banyak kreasi kreasi makanan dan minuman baru yang bisa kita temukan. Konsumen di Indonesia pun selalu ingin mencari hal-hal yang menarik. Mengenai minuman yang sudah bisa kenal seperti *pop ice* yang dulu hanya di hidangkan dengan di *blender* saja, namun sekarang bisa disajikan dengan diberikan berbagai *toping* yang di ciptakan untuk menarik minat konsumen.

Pada Tahun 2019 Industri makanan dan minuman akan tumbuh 9% menurut bisnis tempo.co. Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto memperkirakan industri makanan dan minuman bakal tumbuh di atas 9 persen pada 2019 lantaran adanya tambahan investasi yang bakal masuk. Untuk tahun ini, Airlangga menyebut akan ada penanaman modal baru sebesar Rp 79 triliun. Sebanyak Rp 63 triliun akan ditanam pada sektor industri makanan dan minuman. “Naik 11 persen dari tahun lalu,” kata Ketua Umum Partai Golkar ini dalam keterangan resmi di Jakarta, Sabtu, 20 April 2019. Sementara Rp 2,8 triliun akan berasal dari industri alas kaki dan Rp 14 triliun dari industri tekstil dan produk tekstil (TPT) sebesar Rp 14 triliun. Khusus untuk investasi di industri TPT ini, kata Airlangga, jumlahnya juga melonjak hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya. (Sumber: Tempo.co.id (2019) ‘Industri Makanan dan Minuman Bakal Tumbuh 9 Persen.’)

Semakin ketatnya persaingan bisnis saat ini, terutama persaingan dari perusahaan yang menciptakan produk sejenis dengan perusahaan lain, sehingga membuat perusahaan harus

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bisa memutar otak dan lebih cepat menciptakan inovasi-inovasi baru untuk produknya.

Perusahaan juga harus menerapkan konsep pemasaran untuk mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeliannya. Karena salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah mengetahui apa yang di butuhkan atau di inginkan konsumen.

Orang-orang bisa tidak hanya bisa menikmati kopi dirumah saja namun mereka kerap pergi ke warung untuk sekedar *ngopi* atau berbincang dengan kawannya. Kebiasaan minum kopi memang sudah ada sejak lama, namun baru-baru ini bisnis kopi sedang menjamur di Indonesia. Mulai banyak kedai-kedai kopi baru bermunculan yang unik nya mereka tidak hanya menyajikan kopi seperti kopi-kopi yang di jual di warung melainkan kopi dengan kreasi kopi kekinian.

Pertumbuhan gerai-gerai kopi modern ini melonjak tinggi dan menjamur di berbagai daerah. Dikutip dari Financial Times, jumlah kedai kopi artisan dan gerai kopi di Indonesia meningkat dua kali lipat dalam lima tahun terakhir. “Menjamurnya coffee shop ini jelas bukan tren semata, tapi menjadi tanda adanya pergeseran gaya hidup dalam menikmati kopi,” jawab Arief Said, pemilik Gordi Indonesia (sumber: Kumparan.com, 2019)

WartakotaLive.com (2018), menyatakan diperkirakan ada lebih dari 1500 kedai kopi yang tersebar di Jakarta dan sekitarnya. Oleh karena itu, kedai Kopi Janji Jiwa tidak mau ketinggalan dalam maraknya demam *coffee shop* yang sedang menjamur saat ini.

Kopi Janji Jiwa sendiri adalah salah satu dari sekian banyak kedai kopi yang bermunculan di Jakarta. Sejak didirikan nya Kopi Janji Jiwa pada tanggal 20 Juni 2018 sampai sekarang kedai yang satu ini masih saja dicari bagi penikmat kopi. Karena memiliki rasa yang khas dan unik Kopi Janji Jiwa bisa bersaing dengan kedai kopi yang ada di Jakarta.



Dari wawancara yang dilakukan, menurut republika.co.id. Sang CEO, Billy Kurniawan, mendirikan Kopi Janji Jiwa pertama kali di ITC Kuningan. Lama-kelamaan, *outlet* Kopi

Janji Jiwa terus bertambah hingga mencapai 300 unit yang tersebar di 50 kota-kota di seluruh Indonesia. Waralaba atau *franchise* menjadi konsep bisnis kopi Janji Jiwa “Jadi kami ada 20 *outlet* buat *head office* dan sisanya *franchise*,” kata Public Relation kopi Janji

Jiwa, Devina Christanty, di *Outlet* Kopi Janji Jiwa jilid 94, Setiabudi Jakarta Selatan. Kopi

Janji Jiwa tidak memakai biji kopi Arabika, melainkan menggunakan biji kopi robusta yang berasal dari Sumatra. “Arabika itu jatuhnya asam dan (kandungan) *acid*-nya lebih tinggi.

Jadi kalau dipakai buat kopi susu takutnya *enggak* seimbang,” ujar Devina menjelaskan,

Seseorang yang meneguk Janji Jiwa, menurut Devina, akan merasa rasa kopinya kuat.

Tetapi tidak terlalu pahit di lidah. (sumber: REPUBLIKA.co.id (2019) ‘Kopi Janji Jiwa,

Bertahan dengan Racikan Robusta Sumatra’)

Banyak pilihan rasa yang disajikan Kopi Janji Jiwa yang bisa dinikmati konsumen, yaitu:

- Kopi Susu (*Ice / Hot*)
- Kopi Hitam (*Ice / Hot*)
- Kopi Soklat (*Ice / Hot*)
- Amiracano (*Ice / Hot*)
- Soy Coffee Latte (*Ice / Hot*)
- Coffee Latte (*Ice / Hot*)
- Es Kopi Pokat
- Es Coco Presso

Kita pun bisa memberi topping pada minuman yang kita pilih namun akan dikenakan biaya tambahan, seperti:

- Cincin



- Coffee Jelly
- Ice Cream.

Tidak hanya minuman yang mengandung kopi, mereka juga menyediakan pilihan minuman yang tidak mengandung kopi, seperti:

- Matcha (*Ice / Hot*)
- Soy Matcha Latte (*Ice / Hot*)
- Susu Soklat (*Ice / Hot*)
- Susu Hojicha (*Ice / Hot*)
- Soy Soklat (*Hot*)
- Soy Hojicha (*Hot*)
- Es Yoghurt Yuzu
- Es Madu Yuzu
- Soy Matcha Latte
- Susu Cincau
- Susu Kopi Jelly

Banyaknya Kedai kopi yang dibuka di beberapa daerah di Jakarta yang menimbulkan persaingan, dimana fenomena tersebut memungkinkan pelanggan untuk mempertimbangkan kedai kopi mana dengan produk kopi seperti apa yang dipilih konsumen, secara spesifik mengenai penelitian ini yang berkenaan dengan produk dan harga. Dikatakan pula bahwa bisnis kedai kopi ini dapat menjadi bisnis yang menguntungkan karena bahan baku yang mudah didapatkan dan produknya masih kekinian. Berikut merupakan pesaing dari Kopi Janji Jiwa:

- Kopi Kenangan
- Fore Coffee
- Tali Hati

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Instansi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



4. Kopi Luwak
5. Kopi Kata
6. Kopi Kurang Lebih

Kedai – kedai yang menjual kopi yang disebutkan diatas, menjual produk sejenis namun dengan harga dan penawaran produk yang berbeda-beda, sehingga dalam penelitian ini khususnya membahas mengenai produk dan harga yang ditawarkan berbeda dan unggul dari pesaing guna untuk mengetahui keputusan pembeliannya, karena pada umumnya pelanggan menginginkan produk dengan kualitas yang maksimal namun dengan harga yang sesuai bahkan lebih terjangkau dibanding pesaing dengan produk sejenis.

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan dasar penelitian saat ini, antara lain:

1. Yetty dan Gracia (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo” menyatakan hasil dari penelitian tersebut adalah kualitas produk pada Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo.
2. Dewy, Suharyono dan Kusumawati (2014) dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan KFC cabang Kawi Malang” menyatakan hasil dari penelitian tersebut adalah dimensi citra merek dan kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Eugenia dan Suryono (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang” menyatakan hasil dari penelitian tersebut adalah Kualitas produk, kualitas layanan dan reputasi merek



berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Kecantikan Cosmetic di Semarang.

Penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan bagaimana kualitas produk kualitas layanan dan citra merek dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu juga untuk dapat melihat bagaimana Kopi Janji Jiwa dapat meningkatkan kepuasan konsumennya dengan berbagai strategi yang dilakukan sehingga dapat menjadi pembelajaran serta meningkatkan kinerja yang lebih baik lagi dari sekarang. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut, dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang telah ditetapkan di atas, dimana variabel terikatnya adalah Kepuasan Konsumen dan variabel bebasnya adalah Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek pada konsumen Kopi Janji Jiwa Kelapa Gading. Maka berikut rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading
3. Bagaimana pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading?
4. Bagaimana Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading?



C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah

seperti:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading.
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading.
3. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kalapa Gading.

D. Batasan Penelitian

Berdasarkan Batasan masalah diatas maka penulis mengidentifikasi beberapa Batasan penelitian seperti:

1. Penelitian dilakukan pada para responden yang membeli Produk Kopi Janji Jiwa.
2. Produk yang dijadikan objek penelitian adalah kopi kekinian merek Janji Jiwa di Kelapa Gading
3. Wilayah yang dijadikan objek penelitian adalah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan di wilayah Kelapa Gading.



F. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentu memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di wilayah Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di wilayah Kelapa Gading.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap pelanggan Kopi Janji Jiwa di wilayah Kelapa Gading.

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan Penelitian ini di harapkan memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan refrensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama di bidang pemasaran tentang kualitas produkn kualiotas layanan, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.