

BAB I

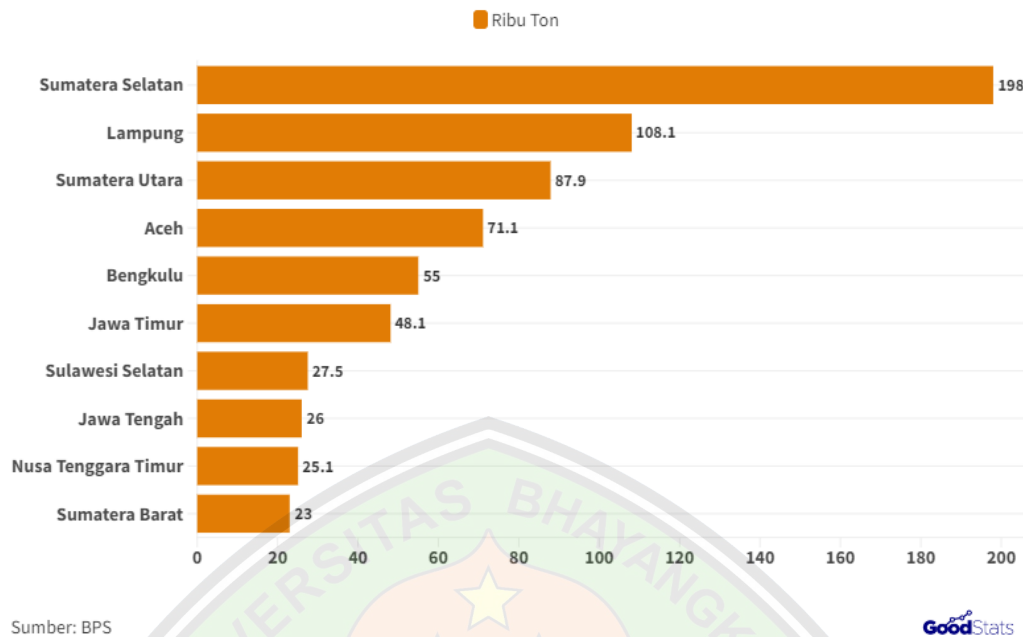
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manfaat pembangunan sektor pertanian Indonesia terlihat jelas dari hasil-hasil pembangunan yang dicapai selama ini. Hal ini tidak dapat dipungkiri mengingat Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah dan menawarkan peluang bagi pengembangan agrobisnis.

Perkembangan subsektor perkebunan merupakan bagian dari pembangunan sektor pertanian secara keseluruhan. Salah satu tanaman perkebunan antara lain kopi, yang merupakan tanaman perkebunan yang ditanam secara besar-besaran oleh petani dan perusahaan swasta. Sebab, kopi mempunyai nilai ekonomi yang tinggi dan strategis, baik dalam meningkatkan pendapatan petani maupun meningkatkan devisa negara, menjadi penyedia lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi petani perkebunan kopi. Dari jumlah tersebut, 1,3 juta karung adalah kopi arabika dan 10,5 juta karung adalah kopi robusta.

Pada tahun 2023, Sumatera Selatan menghasilkan 198 ribu ton kopi, yang merupakan 26,05% dari total produksi nasional. Ini menjadikannya provinsi dengan produksi kopi tertinggi di Indonesia. Lampung berada di posisi kedua dengan produksi 108,1 ribu ton, diikuti oleh Sumatera Utara dengan 87,9 ribu ton.



Gambar 1.1 Provinsi penghasil kopi terbesar di Indonesia 2023

Sumber : <https://goodstats.id/article/10-provinsi-penghasil-kopi-terbesar-2023>

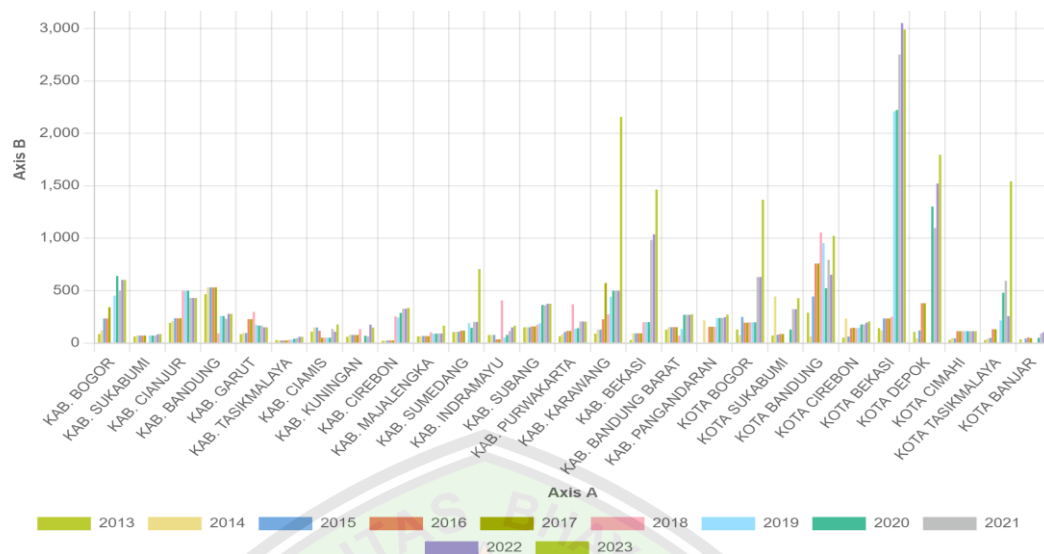
Besarnya pasar kopi di Indonesia tidak serta merta terjadi begitu saja, bagi masyarakat Indonesia, kini kopi sudah menjadi bagian dari sebuah budaya. Jika zaman dahulu kopi hanya dinikmati oleh kebanyakan orang tua, kini di era modern, budaya mengonsumsi kopi sudah mulai bergeser dengan banyaknya anak muda yang juga mulai tertarik dengan minuman dari olahan biji kopi ini. Budaya minum kopi dapat ditemui di seluruh daerah Indonesia dan menjadi salah satu minuman pokok yang diminati masyarakat Prakosa (2019).

Berdasarkan hasil penelitian, budaya minum kopi dapat diartikan sebagai aktivitas produktif, aktivitas konsumtif, dan aktivitas spiritual Gumulya *et al.*, (2017). Hal tersebut disebabkan karena masyarakat dapat meminum kopi sambil bekerja, meminum kopi hanya untuk sekedar gaya hidup, hingga meminum kopi sebagai bagian dari ritual tertentu.

Menurut Syamsu (2022), keberadaan kopi terus mengalami perkembangan dari masa ke masa dan menimbulkan berbagai perubahan atau pergeseran makna di dalamnya. Kopi yang dulunya hanya dinikmati para orang tua saat bersantai, kini digemari kalangan muda karena adanya sentuhan nilai seni yang dipadukan dalam kopi. Oleh karena itu, minum kopi kini berkembang menjadi budaya baru yang tidak hanya diminati oleh orang tua, tetapi juga para generasi muda karena adanya nilai estetika di dalamnya.

Dengan bergesernya budaya minum kopi hingga memiliki pangsa pasar yang begitu luas yaitu konsumen yang beragam dari semua kalangan usia, maka tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini banyak yang tertarik untuk mencoba membuka usaha *Coffee shop* di setiap sudut di kota-kota hingga pelosok Indonesia. *Coffee shop* merupakan sebuah lahan bisnis menjanjikan. Tak hanya di kota-kota besar, kota-kota kecil sekalipun sudah memiliki banyak sekali gerai kopi yang menjamur meski memiliki standar dan pasar yang berbeda-beda. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Pada saat ini kemunculan trend nongkrong di *Coffee shop* sangat digemari diberbagai kalangan.

Salah satu kota yang banyak memiliki *coffee shop* adalah kota Bekasi. Kota Bekasi adalah kota penyangga Jakarta, sehingga gaya hidup Jakarta menular ke Bekasi, salah satunya adalah kebiasaan menikmati kopi di *coffee shop*. Pada tahun 2023 ada sekitar 2.991 *coffee shop* yang berada di kota Bekasi.



Gambar 1.2 Grafik Usaha Kuliner dan Cafe di Kab/kota Jawa Barat

Sumber: (<https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>)

Bisnis Kedai Kopi ini pernah mengalami penurunan saat memasuki wabah pandemi covid-19 pada tahun 2020-2021. Pasca pandemi, perekonomian masyarakat bekasi pelan-pelan mulai berangsur pulih, di saat yang bersamaan *coffee shop* di Bekasi semakin meningkat dengan pesat dalam waktu 3 tahun. Menurut Dinas Koperasi UMKM Kota Bekasi mencatat ada sekitar 2.991 gerai kopi kekinian yang tersebar di kota patriot. Angka itu terus bergerak naik turun karena para pebisnis baru tersebut belum memiliki ketahanan manajemen dalam bersaing.

Satu diantaranya merupakan *work coffee*, *work coffee* memiliki berbagai cabang yang terletak di Jakarta, Bekasi, dan Bandung. *Work coffee* cabang Bekasi ini terbilang unik, karena lokasinya berada di dalam kampus Universitas Bhayangkara Jakarta Raya cabang Bekasi, lebih tepatnya berlokasi di Jalan Raya Perjuangan No.81, Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bks, Jawa Barat 17123. Walaupun terletak di dalam kampus, dan memungkinkan mahasiswa kampus

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya cabang Bekasi menjadi salah satu target pasarnya, *coffee shop* ini pun tidak luput dari pesaing.

Jika melihat dari lokasi kampus Universitas Bhayangkara Jakarta Raya cabang Bekasi yang cukup strategis, dimana letak kampus ini berjarak 10 menit dari stasiun Bekasi, dan berdekatan dengan pusat perbelanjaan summarecon mall Bekasi hingga salah satu pusat bisnis kota Bekasi yaitu BCBD atau biasa dikenal dengan nama Bekasi central business district, tentu hal ini membuat lokasi kedai kopi *work coffe* ini cukup menjanjikan.

Maka tidak heran jika ada beberapa kedai kopi yang tumbuh di lokasi yang cukup berdekatan dengan *work coffee*, hal ini tentu secara tidak langsung menjadikan kedai kopi tersebut kompetitor atau pesaing dari *work coffee*.

Jika diukur dari jaraknya, terdapat beberapa kedai kopi yang paling dekat dengan lokasi *work coffee* ini. Diantaranya adalah kedai kopi Ruwang coffehouse, beralamatkan di jalan Perjuangan No. 62A, Bekasi Utara, kota Bekasi. Berlokasi di jalan yang sama, yaitu jalan perjuangan, kedai kopi ini menawarkan suasana menikmati kopi dengan interior *cafe* yang cukup menarik dan elegan, dimana kedai kopi ini mengusung konsep industrial natural dengan memakai kayu pada setiap sisi, tentu membuat kedai kopi ini terlihat *instagenik*.

Selain itu, kedai kopi ini juga cukup luas dengan memiliki 2 lantai, dimana mereka juga memiliki area indoor dan outdoor. Untuk menu yang ditawarkan, kedai ini memiliki harga yang masih terbilang cukup terjangkau dibandingkan dengan kedai kopi serupa.

Masih di lokasi jalan yang sama, yaitu Jalan Raya Perjuangan, Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi, terdapat kedai kopi lainnya yang menjadi kompetitor *work coffee* di kawasan jalan perjuangan ini. Kedai kopi tersebut adalah Kaizen Heritage 6.0 / Kaizen Heritage Bekasi. *Cafe* yang memiliki desain yang cukup unik, dimana tampak luar *cafe* ini terlihat transparan dengan bangunan piramida mesir yang merupakan icon dari Sumarrecon Bekasi.

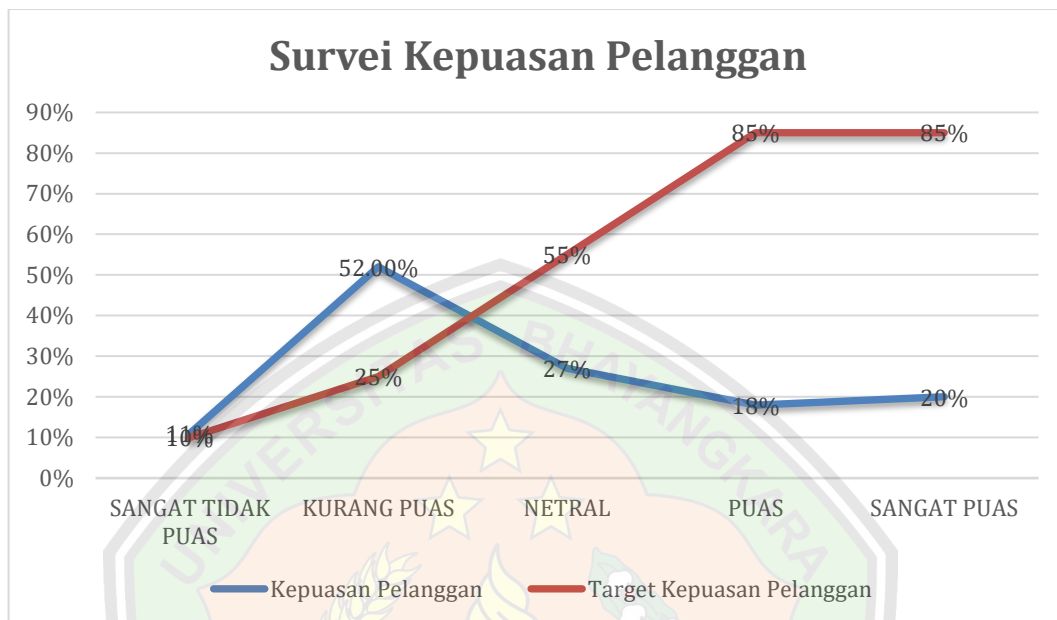
Kedai kopi ini merupakan salah satu kedai kopi yang mengusung konsep buka 24 jam, dengan tempat yang begitu luas, memiliki area *indoor dan outdoor*, juga terdapat *live music*, namun untuk harga menu terbilang cukup mahal.

Dengan adanya beberapa pesaing di atas, maka tentu *work coffee* perlu memiliki konsep untuk daya tariknya tersendiri sebagai nilai jual. Dalam hal ini, *work coffee* memiliki konsep kedai kopi yang areanya sebagian besar dikelilingi oleh pohon jati, dalam hal ini tentu suasana yang diberikan ketika sedang menikmati secangkir kopi seperti sedang berada di dalam “hutan jati”. Selain menawarkan menikmati kopi dengan *view* pepohonan, *cafe* ini juga memiliki 4 gazebo walaupun sebagian besar area dari *cafe* ini adalah *outdoor* dan *open space*.

Hal menarik lainnya dari kedai kopi ini adalah dalam penyajiannya, mereka sama sekali tidak menggunakan plastik. Karena sejalan dengan kampanye *cafe* ini yaitu 0% plastic. Mereka memiliki slogan “*Less Waste, More Coffee*” yang merupakan bagian dari kampanye mereka dalam mengurangi limbah plastik.

Walaupun memiliki konsep yang menarik, ternyata hal tersebut belum cukup membuat *work coffee* dapat bersaing, karena dari data yang peneliti dapatkan

melalui kuesioner, tingkat kepuasan pelanggan terhadap *work coffee* masih terbilang rendah.



Gambar 1.3. Grafik Kepuasan Pelanggan
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Peneliti juga menyebarkan kuesioner pra-survei untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada *work coffee*. Dengan kriteria responden yaitu Konsumen *Work Coffee* yang telah melakukan pembelian, berusia 17 hingga 45 tahun, pernah berkunjung ke *work coffee* minimal 1 sampai 2 kali.

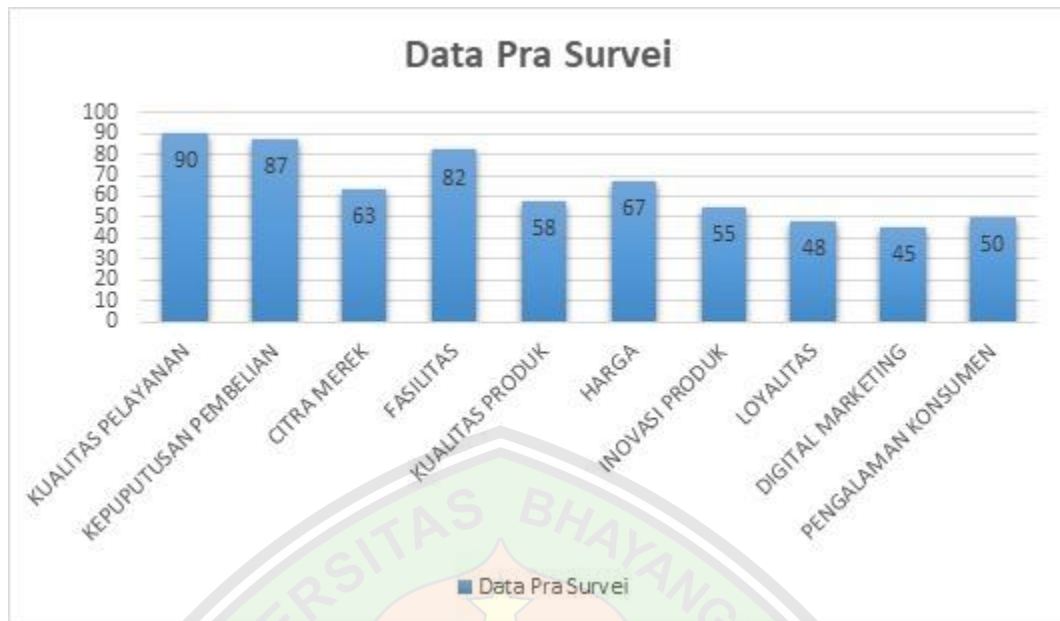
Dimana pada grafik kepuasan pelanggan terlihat terdapat *research gap* antara target kepuasan pelanggan *work coffee* dan data survei. Dimana target kepuasan pelanggan *work coffee* yaitu 10% untuk sangat tidak puas, namun data survei menunjukkan 11% ketidakpuasan pelanggan, kurang puas sebanyak 25% target, sedangkan data survei menunjukkan 52% pelanggan merasa kurang puas. Netral 55%, sedangkan data survei menunjukkan 27%, lalu puas dan sangat puas

memiliki target 85%, tapi data yang didapatkan melalui pra survei adalah 18% untuk tingkat kepuasan dan 20% untuk sangat puas.

Table 1.1: Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan: Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	Total	Rank
1	Kualitas Pelayanan: Apakah Kualitas Pelayanan di <i>work coffee</i> mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	90	1
2	Keputusan Pembelian: Apakah Keputusan Pembelian mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	87	2
3	Citra Merek: Apakah Citra Merek mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	63	5
4	Fasilitas: Apakah Fasilitas mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	82	3
5	Kualitas Produk: Apakah Kualitas Produk mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	58	6
6	Harga: Apakah Harga mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	67	4
7	Inovasi Produk: Apakah Inovasi Produk mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	55	7
8	Loyalitas: Apakah Loyalitas mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	48	9
9	Digital Marketing: Apakah Digital Marketing mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	45	10
10	Pengalaman Konsumen: Apakah Pengalaman Konsumen mempengaruhi anda terhadap Kepuasan Pelanggan?	50	8

Sumber: Olah Data Pra Survei



Gambar 1.4 Grafik Faktor-Faktor yang mempengaruhi Y

Sumber: Hasil Pra Survey, 2024

Hasil pra riset ini adalah bahwa 3 faktor yang dominan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:

- Skor tertinggi 1 = faktor Kualitas Pelayanan = 90 sebagai variabel X1
- Skor tertinggi 2 = faktor Fasilitas = 87 sebagai variabel X2
- Skor tertinggi 3 = faktor Keputusan Pembelian = 83 sebagai variabel X3

Berdasarkan hasil pra-riset yang telah disebarkan ke 30 responden, maka tema *literature review* ini yaitu Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian. Menurut penulis kepuasan konsumen merupakan topik yang sangat menarik dan relevan untuk diteliti karena Keputusan Pembelian merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah bisnis dan memiliki dampak langsung terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian mengenai Kepuasan Pelanggan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, termasuk di antaranya adalah (Agussalim & Ali, 2017), (Hernikasari & Hapzi Ali, 2022), (Yunike Ifani *et al.*, 2024), (Rahmawati *et al.*, 2024), (Sawitri & Pande Putu Buda Prasada, 2022)

Berdasarkan latar belakang diatas, menarik untuk dilakukan penelitian, maka penulis mencoba melakukan penelitian pada *coffee shop work coffee*, untuk mengetahui lebih lanjut tentang masalah ini, judul yang akan diteliti oleh penulis yaitu: ***“Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian pada Work Coffee di Universitas Bhayangkara Jaya Kampus Bekasi”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan ini pada *Work Coffee* di Universitas Bhayangkara Jaya Kampus Bekasi adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan Pembelian?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan Pembelian?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan?
4. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan?
5. Apakah Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diutarakan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai di dalam penelitian ini pada *Work Coffee* di Universitas Bhayangkara Jaya Kampus Bekasi adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan pada Keputusan Pembelian.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh Fasilitas pada Keputusan Pembelian.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan Pelanggan.

4. Untuk mengetahui adanya pengaruh Fasilitas pada kepuasan Pelanggan.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh Keputusan Pembelian pada Kepuasan Pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan umum dan wawasan di bidang ilmu manajemen terkait kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Selanjutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen dengan menjadi acuan penelitian selanjutnya tentang bagaimana mencapai kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman serta mengimplementasikan teori dan pengetahuan yang telah dikembangkan dari waktu ke waktu, khususnya di bidang pemasaran yang terkait dengan Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan.

b. Manfaat Bagi Pembaca

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat Sebagai referensi pembaca dalam menentukan produk yang akan dibelinya. Terutama *pada work coffee* di universitas bhayangkara jakarta raya kampus Bekasi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan kajian atau referensi bagi para pembaca serta dapat digunakan sebagai bahan penelitian yang selanjutnya.

c. Manfaat Bagi Pengusaha

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada *Work Coffee* mengenai banyaknya faktor yang mendasari konsumen untuk merasa puas, sehingga *coffee shop* tersebut dapat menggunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dan Fasilitas untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat dimasa yang akan datang.

d. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur untuk Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang kelak sebagai acuan jika ada peneliti lain yang membahas mengenai peran kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen melalui Keputusan Pembelian pada *work coffee* di Universitas Bhayangkara Jaya kampus Bekasi.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis melakukan pembatasan masalah agar dalam pembahasan yang dituju tidak terlalu meluas. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya 126 konsumen pada *work coffee* di universitas bhayangkara jakarta raya kampus Bekasi yang akan dijadikan sebagai responden, dan pembahasan hanya berfokus pada variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Fasilitas, sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Pelanggan dan Keputusan Pembelian.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut penelitian menyajikan susunan penulisan sebagai acuan agar dapat melakukan penelitian:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah serta sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan landasan teori yang akan mendukung penelitian tentang Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian. Akan ada landasan teori yang akan melandasi penelitian, lalu penelitian terdahulu, kemudian kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, waktu dan lokasi penelitian, jenis data, sumber data, Teknik pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil analisis data dan pembahasan tentang hasil penelitian. Hasil penelitian data merupakan penjelasan dari hasil data yang sudah diteliti dari penelitian ini.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang dapat diambil dari penelitian yang akan dilakukan.