

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tren minum kopi atau nongkrong dalam masyarakat semakin meningkat. Minum kopi menjadi gaya hidup dan eksistensi tersendiri diberbagai kalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan pemenuhan pangan dan gaya hidup masyarakat akan berdampak positif terhadap pengembangan bisnis industri *food and beverages* di Indonesia. Itulah yang menyebabkan banyak pengusaha di Indonesia yang menginvestasikan dan membuka usaha dibidang *food and beverages* yang salah satu bentuknya adalah *coffee shop*. Dampaknya sekarang mulai menjamur berbagai macam *coffee shop* yang mengusung konsepnya masing-masing.

Di Indonesia geliat industri *coffee shop* cukup mengalami perkembangan signifikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan MIX MarComm SWA dan Toffin, dalam tiga tahun terakhir jumlah *coffee shop* bertambah hingga 3000 lebih gerai. Itu didukung oleh bertumbuhnya konsumsi kopi domestik. Faktor utama yang menyebabkan berkembangnya industri *coffee shop* adalah anak muda yang menciptakan suatu *lifestyle* baru dalam mengonsumsi kopi.

Persaingan *coffee shop* di Indonesia pun semakin ketat. Masing-masing gerai *coffee shop* berlomba-lomba melakukan inovasi pada produk, kualitas layanan maupun konsep tempatnya. Namun hampir semua *coffee shop* mengusung konsep kekinian. Alasan dari itu semua karena memang

sebagian besar segmentasi pasar *coffee shop* adalah anak muda. Bisa diperkirakan bisnis *coffee shop* dari tahun ke tahun akan tumbuh positif.

Coffee shop di Ponorogo sendiri sudah mulai menjamur dalam setahun terakhir ini. Hampir disemua sudut kota Ponorogo terdapat *coffee shop* yang mengangkat konsep keunggulannya masing-masing. Perkembangannya cukup menjanjikan, terbukti dari beberapa *coffee shop* yang selalu ramai dikunjungi. Didukung juga oleh banyaknya mahasiswa-mahasiswa dari luar kota yang dalam hal ini pasar utama *coffee shop* di Ponorogo. Eksistensinya di Ponorogo pun terus beranjak naik. Namun tidak semua *coffee shop* di Ponorogo dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan eksistensinya. Beberapa diantaranya hanya ramai diawal *launching* saja. Itu membuat peneliti tertarik melakukan penelitian disalah satu *coffee shop* Ponorogo dan ingin mencoba mencari tahu penyebab permasalahan tersebut.

Salah satu yang terkenal di Ponorogo adalah *coffee shop* Copen yang beralamatkan di Jalan Suromenggolo Bangunsari Ponorogo. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan di *coffee shop* Copen Ponorogo, bahwa dari segi produk, konsep tempat dan pelayanan yang diberikan terbukti cukup berhasil untuk menarik konsumen untuk membeli. Tak hanya itu, banyak dari konsumen biasa yang menjadi pelanggan setia Copen. Indikasinya adalah tempatnya yang selalu ramai setiap harinya. Copen memang mengaplikasikan konsep kekinian seperti *coffee shop* kebanyakan yang muncul akhir-akhir ini. Memang salah satu yang diunggulkan dari *coffee shop* Copen yaitu dari segi *store atmosphere*.

Menurut Utami (2010) *Store atmosphere* merupakan rancangan suasana lingkungan melalui komunikasi warna, music, dan pencahayaan guna merancang persepsi pelanggan, dan mempengaruhi pelanggan dalam mengkonsumsi suatu barang. *Store atmosphere* bisa menjadi cara untuk memenangkan sebuah persaingan. *Store atmosphere* sendiri bisa menjadi salah satu cara untuk membedakan *coffee shop* yang satu dengan yang *coffee shop* lainnya.

Salah satu tolak ukur yang keberhasilan suatu bisnis adalah persepsi konsumen yang baik terhadap suatu produk sehingga keinginan membeli atas suatu produk semakin kuat. Hal tersebut sangat berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen. Faktor persepsi demikian yang mengakibatkan pelanggan akan memiliki kelayakan terhadap suatu perusahaan (Roberts,2013).

Hasil penelitian sebelumnya memang banyak yang mengangkat tema *store atmosphere* yang mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen. Namun hasilnya beragam, maka dari itu dirasa peneliti masih perlu melakukan penelitian tentang tema tersebut. Apalagi penelitian yang menjelaskan lebih detail mengenai elemen *store atmosphere* yang mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen masih belum begitu banyak. Dari penelitian sebelumnya menurut Firdha Nur Atifa dkk. (2015) bahwa dalam membeli produk di Café Refresho kota Palu *interior display* dan *store layout* secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun secara parsial mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bagian luar

toko. Hasil berbeda di dapatkan dari penelitian Florencia dkk.(2015) bahwa semua elemen dari *store atmosphere* dalam hal ini *store layout*, *general interior*, *interior display* serta *exterior* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang ,melakukan pembelian di Libreria Eatery Surabaya. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya penelitian lagi mengenai *store atmosphere* khususnya di *coffe shop* Copen Ponorogo.

Store atmosphere pada *coffe shop* Copen sudah cukup baik. Berdasarkan interview awal pada konsumen mereka memberikan respon positif terhadap *store atmosphere* pada *coffe shop* Copen. Banyak dari konsumen merasa puas dengan *store atmosphere* yang diberikan. Beberapa dari mereka bahkan menjadi pelanggan tetap. Loyalitas pada pelanggan *coffe shop* Copen memang bisa tercermin pada observasi awal peneliti yang menemukan bahwa konsumen tidak hanya 1 atau 2 kali datang ke *coffe shop* Copen. Dampak positifnya sangat dirasakan *coffe shop* Copen yang tidak pernah sepi dan meningkatnya jumlah pelanggan setiap harinya.

Terlihat memang Copen bisa mempertahankan eksistensinya dan menjaga agar tetap ramai konsumen. Era pandemi Covid-19 seperti sekarang pun tidak terlalu berpengaruh terhadap intensitas konsumen yang datang. Memang diawal pandemi Covid-19 sedikit membuat penurunan jumlah konsumen, namun hal tersebut tidak berlangsung lama. Beberapa bulan kemudian sudah terjadi kenaikan jumlah konsumen hingga sekarang ini. Mungkin memang salah faktor yaitu *store atmosphere* yang di *coffe shop*

Copen menjadi daya tarik tersendiri, sehingga membuat konsumen ingin selalu datang kembali.

Ketiga elemen pada *store atmosphere* memang sangat penting bagi sebuah *coffee shop*. Hal ini terjadi karena ketiga elemen tersebut dapat memberikan suasana menyenangkan serta menentukan citra bagi *coffee shop* tersebut. Di era persaingan yang semakin ketat ditambah pula pandemi Covid-19 yang belum berakhir untuk menciptakan nilai kepuasan dan membentuk pelanggan yang loyal dibutuhkan *store atmosphere* yang baik.

Beberapa hal tersebut menimbulkan ketertarikan pada peneliti untuk melakukan penelitian di *coffee shop* Copen. Penelitian ini semakin menarik karena belum ada penelitian lain mengangkat tema loyalitas dan *store atmosphere* di *coffee shop* Copen. Apalagi penelitian di era pandemi Covid-19 juga belum pernah dilakukan di sana, jadi perlu adanya penelitian lagi yang dilakukan dimasa sekarang ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Store Layout, Store Exterior, Dan Interior Display Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Coffee Shop Copen Ponorogo*”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *Store Layout* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada *Coffee Shop Copen Ponorogo* ?
2. Apakah *Store Exterior* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada *Coffee Shop Copen Ponorogo*?
3. Apakah *Interior Display* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada *Coffee Shop Copen Ponorogo*?
4. Apakah *Store Layout* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada *Coffee Shop Copen Ponorogo* ?
5. Apakah *Store Exterior* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada *Coffee Shop Copen Ponorogo*?
6. Apakah *Interior Display* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada *Coffee Shop Copen Ponorogo*?
7. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada *Coffee Shop Copen Ponorogo* ?

Batasan Masalah :

Adapun batasan pada penelitian ini diterapkan agar penelitian ini fokus pada pembahasan serta permasalahan yang ada, agar penelitian ini tidak keluar dari maksud dan tujuannya. Pada penelitian ini batasan masalahnya berfokus pada judul Pengaruh *Store Layout*, *Store Exterior*, dan *Interior Display* terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada *Coffee Shop Copen Ponorogo*

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian :

- a. Mengetahui pengaruh *Store Layout* terhadap Loyalitas Konsumen pada *Coffee Shop* Copen Ponorogo.
- b. Mengetahui pengaruh *Store Exterior* terhadap Loyalitas Konsumen pada *Coffee Shop* Copen Ponorogo.
- c. Mengetahui pengaruh *Interior Display* terhadap Loyalitas Konsumen pada *Coffee Shop* Copen Ponorogo.
- d. Mengetahui pengaruh *Store Layout* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Coffee Shop* Copen Ponorogo.
- e. Mengetahui pengaruh *Store Exterior* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Coffee Shop* Copen Ponorogo.
- f. Mengetahui pengaruh *Interior Display* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Coffee Shop* Copen Ponorogo.
- g. Mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada *Coffee Shop* Copen Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian :

1) Bagi Peneliti

Berguna untuk memperluas keilmuan dan wawasan dalam melakukan penelitian tentang *store layout*, *store exterior*, dan *interior display* untuk menciptakan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

2) Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

3) Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah bahan bacaan, dan sebagai sumber informasi untuk perkembangan ilmu kepuasan dan loyalitas konsumen.

4) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi, acuan, dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

