

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, tidak dapat kita pungkiri bahwa persaingan bisnis semakin ketat. Tidak terkecuali bisnis kuliner. Terkenal akan keberagaman kulinernya, menjadikan Kota Surabaya dijuluki sebagai 'kotanya wisata kuliner'. Hal ini dipandang sebagai peluang bisnis tersendiri oleh para pelaku usaha sehingga bisa kita amati sekarang banyak restoran yang bermunculan di Surabaya . Restoran adalah suatu usaha yang dikelola komersial yang menyediakan pelayanan jasa makanan dan minuman.

Pengaruh *life-style* yang berkembang di tengah-tengah masyarakat dewasa ini tidak hanya menyebabkan menjamurnya restoran tetapi juga diikuti oleh semakin banyaknya cafe-cafe yang pada dasarnya merupakan *coffee shop* (kedai kopi). Kebiasaan minum kopi sebenarnya sudah berlangsung lama di Indonesia, yakni sejak zaman penjajahan dan kebiasaan ini terus berkembang di masyarakat Indonesia hingga sekarang.

Setiap orang mempunyai cara yang berbeda dalam menikmati kopi. Cara tersebut dapat dengan memilih *coffee shop* yang indah dengan pelayanan yang mewah, dengan harapan konsumen akan merasa puas setelah dia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di *coffee shop* yang mewah itu. Disamping itu ada yang memilih cara menikmati kopi di warung kopi biasa dengan harga yang relatif murah tetapi memberikan kepuasan rasa kopi yang dinikmatinya. Banyak orang yang beranggapan daripada meminum kopi di tempat yang mahal tetapi biasa dalam hal rasa,

lebih baik menikmati kopi di warung kopi biasa yang memberikan kenikmatan rasa sesuai yang diinginkan.

Surabaya di salah satu sudut kotanya, ada *coffee shop* yang berukuran tidak terlalu besar tetapi ramai dikunjungi pelanggannya. Hal ini menarik perhatian mengingat letaknya bukan berada di lokasi yang strategis, tepatnya di pinggiran perbatasan kota Surabaya dengan kota Sidoarjo. *Coffee shop* tersebut diberi nama Kedai Kopi WKD Surabaya.

Kedai Kopi WKD Surabaya bukanlah merupakan *coffee shop* yang mewah tetapi bukan pula termasuk warung kopi biasa, tetapi Kedai Kopi WKD Surabaya cenderung *coffee shop* menengah. Kedai Kopi WKD Surabaya menawarkan menu dan rasa spesial pada menu minumannya yang berbahan dasar kopi espresso. Espresso merupakan olahan kopi campuran kopi arabika dan kopi robusta. Selain itu, kedai Kopi WKD Surabaya juga banyak melakukan inovasi pada produk yang berbahan dasar kopi origin dari berbagai daerah di Indonesia yang menjadikannya lebih nikmat rasanya.

Menurut Rahayu dan Anggaraini (2012:18) bahwa inovasi produk adalah implementasi praktis sebuah gagasan ke dalam produk atau proses baru.

Kedai Kopi WKD Surabaya menetapkan standar operasional untuk mendapatkan dan mempertahankan kualitas produknya, diantaranya adalah jenis dan jumlah bahan baku, lama proses pembuatan, mesin dan peralatan yang digunakan. Jenis bahan yang digunakan untuk menu unggulan di Kedai Kopi WKD Surabaya kopi espresso yang mempunyai ukuran kopi arabika sebesar 90% dan robusta sebesar 10%. Kedai Kopi WKD Surabaya menetapkan standar pembuatan standar espresso untuk

setiap satu shot espresso selama 25 detik. Lama pembuatan ini berpengaruh terhadap kualitas kopi. Selama 25 detik tersebut yang dihasilkan akan mempunyai buih (krema) yang baik, ini sangat berpengaruh terhadap rasanya. Kedai Kopi WKD Surabaya menggunakan mesin standar internasional untuk mesin dan peralatan pembantunya. Hal ini karena mesin dan peralatan tersebut menentukan kualitas dan rasa kopi yang dihasilkan. Kedai Kopi WKD Surabaya menggunakan mesin Bezzera B10 dari Italia, sedangkan peralatan pembantunya adalah grinder atau mesin giling kopi, untuk grinder ini Kedai Kopi WKD Surabaya menggunakan Luigi dari Italia. Semua menu diracik dan dihidangkan oleh para barista yang mempunyai kecepatan, ketepatan, kermahan dan ketrampilan.

Pelanggan yang datang ke Kedai Kopi WKD Surabaya umumnya adalah para pecinta kopi yang ingin menikmati sensasi kopi espresso dengan harga terjangkau. Ada juga pelanggan yang berasal dari kalangan pelajar, mahasiswa yang sekedar ingin bermain dengan temannya. Ada juga pelanggan yang berasal dari pebisnis yang ingin menikmati kopi sambil *meeting*.

Menurut Tjiptono (2012: 151) bahwa harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Saat ini cafe berkonsep kedai kopi mengalami pergeseran fungsi. Tempat ini tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk minum kopi namun telah menjadi ruang publik alternatif yang memiliki beragam fungsi. Berbagai kegiatan seperti pertemuan-pertemuan keluarga, pertemuan bisnis, pertemuan politis, termasuk acara-acara sosial-budaya lainnya,

kerap diadakan di tempat ini. Maka dari itu, tidak mengherankan jika banyak kedai kopi yang tidak hanya menyajikan menu kopi namun juga berbagai menu hidangan lainnya, untuk menarik minat konsumen yang kurang begitu suka dengan kopi.

Menurut Engel, Blackwell & Miniard (2012:4) bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghasilkan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini

Namun, dengan menjamurnya cafe berkonsep kedai kopi di Surabaya, tentu para pelaku usaha harus melakukan cara-cara untuk menjaga loyalitas pelanggannya agar tidak berpindah ke alternatif lain yaitu cafe lain yang mungkin saja menyajikan pelayanan, menu, dan harga yang juga bersaing. Usaha ini patut dilakukan para pelaku usaha semata-mata untuk menjaga keberlangsungan usahanya dan menjaga bahkan meningkatkan profitabilitas usaha.

Menurut Riandari (2015: 6). bahwa loyalitas Pelanggan adalah sikap pelanggan yang mendukung secara lebih kepada sebuah merek yang telah dibandingkan dengan beberapa alternative yang lain dan berlangganan ulang.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah bahwa Kedai Kopi WKD Surabaya mengalami ketidakstabilan jumlah pengunjung dalam 3 tahun terakhir, yaitu tahun 2015 hingga tahun 2017. Hal ini merupakan masalah besar yang harus segera dicari solusinya oleh pihak Kedai Kopi WKD Surabaya agar bisa terus dapat bertahan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2016), dapat diketahui bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan cepat saji. Namun variabel atmosfer dan kualitas pelayanan belum cukup bukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan cepat saji, dan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan cepat saji. Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian yang tepat akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan nantinya akan berdampak pada loyalitas dari pelanggan tersebut.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi WKD Surabaya”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan beberapa permasalahan yaitu :

1. Apakah inovasi produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopi WKD Surabaya?
2. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopi WKD Surabaya?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi WKD Surabaya ?
4. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi WKD Surabaya ?
5. Apakah keputusan pembelian berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopi WKD Surabaya ?

6. Apakah inovasi produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian di Kedai Kopi WKD Surabaya?
7. Apakah harga berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian di Kedai Kopi WKD Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian akan dapat berhasil dengan baik apabila mempunyai tujuan yang pasti, adapun yang menjadi tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopi WKD Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopi WKD Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung inovasi produk terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi WKD Surabaya
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi WKD Surabaya
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopi WKD Surabaya
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian di Kedai Kopi WKD Surabaya
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung harga terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian di Kedai Kopi WKD Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Aspek Akademis

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembanding bagi penelitian lain serta sebagai wujud Darma Bakti kepada perguruan tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika Sidoarjo pada umumnya dan Program Studi Manajemen pada khususnya.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau perluasan pandang tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikaji serta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.

3. Aspek Praktis

Digunakan untuk mempermudah dalam berbagai penelitian yang akan datang terkait dengan kajian penulis. Sehingga kedepannya diharapkan agar lebih kompeten hasilnya.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan ide dengan hasil pemikiran pada Kedai Kopi WKD Surabaya terkait dengan inovasi produk, harga, keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.