BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dampak globalisasi yang terjadi saat ini sangat berdampak terhadap kehidupan masyarakat, salah satunya dapat dilihat dari gaya hidup. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi maka sesuatu yang diciptakan harus semakin baik dan canggih. Dengan perubahan zaman dari dulu sampai sekarang sehingga masyarakat lebih mengikuti gaya yang terjadi saat ini agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan di zaman modern.

Persaingan semakin pesat membuat para pelaku usaha harus mengembangkan inovasi agar produk yang diciptakan dapat menarik untuk para konsumen. Pelaku usaha harus memberikan penawaran terbaik agar produk yang ditawarkan dapat menarik konsumen. Dengan adanya pesaing, konsumen memiliki pilihan yang beragam untuk melakukan pembelian salah satu produk yang dapat menarik perhatian konsumen.

Pada era saat ini, persaingan usaha kedai kopi sangat berkembang pesat dikarenakan begitu banyak kedai kopi yang tentunya memiliki keunggulan tersendiri pada produk yang ditawarkannya. Selain memiliki keunggulan dalam inovasi produk, desain kedai maupun keunikan dalam penyajian produk, kedai kopi juga memiliki pangsa pasar yang luas. Maka dari itu, tidak heran jika pesaing berlomba-lomba memberikan yang terbaik kepada konsumennya agar konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri saat berkunjung.

Saat ini bidang usaha yang berkembang adalah pada bidang kuliner, salah satunya yaitu produk berupa kedai kopi dengan *brand* tersendiri. Salah satu

brand kedai kopi yang menjadi tren saat ini adalah Kopi Lain Hati yang di dirikan pada tahun 2018 dengan slogan pindah ke lain hati.

Adapun alasan bahwa mengapa gerai ini bernama Kopi Lain Hati, menurut Deo Cardi Nathanael (2019), kedai kopi ini muncul karena mereka ingin memberi warna baru kepada pencinta kopi sehingga mereka ingin teman-teman yang suka kopi, pindah ke hati lain, itu sebabnya disebut Kopi Lain Hati. Selain itu, kedai ini juga memiliki karakteristik unik yang ada hubungannya dengan hati. Selain nama brand yang unik, kedai ini menawarkan menu yang berbeda dengan gerai kopi lainnya dan kopi lain hati juga menawarkan minuman tanpa kopi (Abehonline, 2019).

Usaha ini nyatanya berhasil karena dapat mengenalkan produk yang diciptakannya ke masyarakat. Tercatat semenjak kedai pertama kali berdiri sejak Maret 2018 sampai saat ini, kopi Lain hati sudah berhasil menghadirkan ratusan cabang. Menurut Deo Cardi Nathanael selaku Manajer *Marketing* Kopi Lain Hati, “Kami sangat bersyukur dengan minat para konsumen atas kehadiran Kopi Lain Hati ini. Sampai hari ini, yang sudah mendaftar diri untuk membuka cabang baru sebenarnya sudah mencapai ratusan *franchise*, tutur Deo Cardi Nathanael. (Inhandsagency, 2019).

Saat ini, bisnis *franchise* kedai kopi di Maluku Utara sangat menggemparkan industri kopi, berbagai kedai kopi berusaha menciptakan dan menawarkan inovasi-inovasi baru agar dapat menarik hati penikmat kopi maupun non kopi. Salah satu kedai kopi yang berkembang di Kota Ternate saat ini yaitu Kopi Lain Hati. Kopi Lain hati adalah salah satu kedai kopi pendatang baru dalam dunia perkopian dengan hadirnya Kedai Kopi Lain Hati di Ternate sangat mencuri perhatian masyarakat di Kota Ternate. Kopi lain hati resmi membuka *outlet* di Jl.

Stadion, (Depan PMI Kota Ternate) Kel. Stadion Kota Ternate Tengah, Maluku Utara. Kopi lain hati menawarkan beberapa jenis kopi dan minuman tanpa kopi dengan berbagai macam varian.

Inovasi produk adalah suatu produk yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh calon pengguna. Tidak menjadi masalah apakah produk tersebut tergolong baru terhadap dunia atau beberapa kategori lain yang termasuk dalam produk baru (Lamb dan Hair, 2001:462). Lukas dan Ferrel (2000:240) mengungkapkan bahwa inovasi produk adalah suatu proses dalam membawa teknologi baru untuk digunakan guna mengembangkan produk tersebut.

Konsumen umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Dengan hadirnya inovasi-inovasi baru dari sebuah produk dapat mencuri hati para konsumen karena mereka tidak mudah bosan dengan produk yang itu-itu saja.

Sumber data : Akun Instagram Kopi Lain Hati Kota Ternate (2021)

Gambar 1.1 Menu Kopi Lain Hati

Sumber data : Akun Instagram Kopi Lain Hati Kota Ternate (2021)

Gambar 1.2 Menu Baru Kopi Lain Hati

Dilihat dari gambar 1.1 dan gambar 1.2 terlihat bahwa inovasi produk yang ditawarkan oleh Kopi Lain hati sangat bermacam-macam, misalnya nama produk yang mereka tawarkan sangat unik dan berbeda dari menu kedai kopi yang lain. Maka dari itu, hal tersebut sangat menarik perhatian konsumen karena minuman yang disajikan bermacam-macam. Kopi Lain Hati juga memiliki karakteristik yang unik misalnya ada hubungannya dengan hati.

Selain inovasi produk, lingkungan layanan juga mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *servicescape* yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen (Indah, 2018:115). Adapun hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa *servicescape* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Mutmainah, 2018:71).

Servicescape adalah gaya dan wujud dari lingkungan fisik yang terdiri dari elemen-elemen eksterior seperti papan informasi, tempat parkir, pemandangan alam dan atribut-atribut interior seperti desain, tata letak, peralatan dan dekorasi yang ditemukan oleh pelanggan (Lovelock dan Wirtz, 2011:276).

Kedai Kopi Lain Hati di Kota Ternate sengaja mendesain *servicescape* dengan dua tipe ruangan yang di mana terdapat ruang ber-*ac* dan ruang bebas asap rokok yang didukung dengan desain dinding sesuai dengan slogan dan logo Kopi Lain Hati. Selain itu, Kopi Lain Hati juga menggunakan konsep *openbar* yang diperlihatkan untuk konsumen agar dapat diketahui tentang menu yang ditawarkan.

Hal tersebut dapat menjadi suatu faktor agar terjadinya kepuasan konsumen, namun terdapat hal-hal yang dapat menciptakan ketidakpuasan dari beberapa konsumen yaitu jika apa yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu bahwa lingkungan layanan yang diberikan tidak sesuai maka konsumen akan merasa kecewa (Winarno, 2018:1250).

Maka dari itu, pelaku bisnis harus memberikan yang terbaik agar dapat mendapat kepuasan dari konsumen yang telah mengkonsumsi produk tersebut. Agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen maka, Kedai Kopi Lain hati di Kota Ternate menawarkan berbagai menu dengan nama-nama unik yang berhubungan dengan hati dengan mendesain *servicescape* sesuai dengan slogan dan memiliki dua tipe ruangan yaitu ruang ber-*ac* dan ruang bebas asap rokok. Kepuasan konsumen adalah rasa senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang diharapkan terhadap hasil yang didapatkan.

Perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2007:177). Kepuasan dapat diciptakan dengan di lihat dari *servicescape* yang diberikan sangat optimal dan produk yang didapatkan sesuai dengan yang diinginkan maka akan menentukan kepuasan.

Loyalitas konsumen adalah orang yang membeli, khususnya yang beli secara teratur dan berulang-ulang (Ali Hasan, 2008:83). Selain itu konsumen yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya (Lovelock dan Wirtz, 2011:338).

Berdasarkan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa inovasi produk dan *servicescape* dapat berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen (Aryoni, 2019:9; Juliana, 2020:9). Untuk dapat meyakinkan konsumen dalam mengkonsumsi kembali produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan tidaklah mudah, salah satu cara yaitu memanfaatkan perilaku loyalitas konsumen dengan harapan bahwa konsumen tetap mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus dan berulang-ulang.

Berdasarkan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa inovasi produk dan *servicescape* dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Miati, 2019:32; Fillayata, 2020:975). Namun adapun hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa *servicescape* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Fahleti, 2018:71).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik meneliti lebih lanjut dan menulisnya dalam bentuk skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Product***

***Innovation* dan *Servicescape* Terhadap *Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction* Pada Kedai Kopi Lain Hati di Kota Ternate".**