

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Industri kopi di Indonesia dalam satu dekade terakhir mengalami peningkatan yang sangat pesat (1). Kedai kopi tidak lagi hanya dipandang sebagai tempat untuk menikmati minuman, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang sosial, pusat gaya hidup, hingga sarana bekerja dan berdiskusi bagi masyarakat. Persaingan bisnis kopi semakin ketat, baik dari sisi produk, suasana tempat, maupun kualitas layanan yang ditawarkan. Mochino Coffee Dampit sebagai salah satu kopi di Malang yang menjadi bagian dari fenomena ini, karena selain memiliki cita rasa kopi yang khas, juga menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan konsumen di tengah banyaknya pilihan kedai kopi lain.

Tabel 1. 1 Ringkasan Data Industri Kopi Indonesia 2025

Indikator	Nilai / Data	Tahun	Sumber
Produksi kopi	±10,7 juta kantong (≈642 ribu ton)	2024/25	USDA FAS, Coffee Annual Report 2025
Proyeksi produksi	±11,3 juta kantong (≈678 ribu ton)	2025/26	USDA FAS
Ekspor kopi hijau	±6,5 juta kantong	2025/26 (proyeksi)	USDA FAS
Konsumsi domestik	±4,8 juta kantong	2024/25– 2025/26	USDA FAS
Jumlah cafés & bars	±8.869 outlet	2022	Euromonitor (dirangkum USDA FAS)
Nilai pasar cafés & bars	±US\$1,9 miliar	2022	Euromonitor
Ekspansi jaringan kopi lokal	Kopi Kenangan ±900 outlet; Janji Jiwa ±1.000+ outlet	2022	Data perusahaan / Euromonitor / Statista

Sumber: Coffee Annual Report 2025

Konsumen saat ini semakin kritis, selektif, dan memiliki ekspektasi yang tinggi, sehingga kedai kopi dituntut untuk mampu memberikan layanan yang tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan (2). Dengan kata lain, kualitas layanan yang baik tidak hanya berdampak langsung pada penilaian konsumen terhadap sebuah kedai kopi, tetapi juga dapat membentuk persepsi positif yang kemudian memengaruhi keputusan dan kecenderungan konsumen untuk membeli kembali produk yang ditawarkan.

Minat beli merupakan faktor penting yang menentukan keberlangsungan usaha, karena mencerminkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian di masa mendatang. Minat beli dapat dipengaruhi oleh pengalaman konsumsi sebelumnya, persepsi terhadap kualitas, dan tingkat kepuasan yang dirasakan (3). Dalam konteks Mochino Coffee Dampit, minat beli tidak hanya berarti keinginan konsumen untuk datang kembali dan membeli produk kopi, melainkan juga mencakup kecenderungan untuk mempromosikan kepada orang lain sehingga memperluas basis pelanggan. Minat beli yang tinggi merupakan indikator bahwa kedai kopi mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen, sehingga berimplikasi pada loyalitas dan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat beli konsumen, terutama kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, menjadi krusial.

Dalam praktiknya, kualitas layanan dapat tercermin melalui keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kenyamanan suasana kedai, serta konsistensi penyajian produk. Beberapa penelitian terbaru, seperti yang dilakukan oleh Yudarningsih & Kawiana (4) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan secara tidak langsung juga meningkatkan minat beli ulang. Hal ini menunjukkan bahwa dalam industri jasa berbasis pengalaman, kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan bisnis. Bagi Mochino Coffee

Dampit, menjaga standar layanan yang tinggi sangat penting agar konsumen tidak hanya puas, tetapi juga terdorong untuk kembali melakukan pembelian.

Sementara itu, kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi berperan penting dalam menjembatani hubungan antara kualitas layanan dengan minat beli. Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional yang muncul ketika konsumen membandingkan antara harapan dan pengalaman nyata yang mereka rasakan (3). Penelitian oleh Widiartini (5) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terbukti mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan minat beli ulang, meskipun tingkat mediasi dapat berbeda tergantung pada konteks dan karakteristik konsumen. Dalam konteks kedai kopi, kepuasan pelanggan sering kali tidak hanya ditentukan oleh rasa kopi itu sendiri, tetapi juga oleh suasana tempat, keramahan barista, serta pengalaman menyeluruh yang didapatkan selama berada di kedai. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tanpa adanya kepuasan pelanggan, kualitas layanan yang baik belum tentu menjamin adanya minat beli yang tinggi.

Industri kopi lokal juga semakin menegaskan pentingnya aspek layanan dalam mendorong loyalitas. Studi pada Kedai Kopi Hakui, Tulungagung menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (6). Hasil serupa diperoleh di Nongkaski Coffee and Eatery, Kediri, di mana kualitas layanan terbukti memengaruhi minat beli secara signifikan (7). Hal ini menguatkan pandangan bahwa dalam bisnis kopi, kualitas layanan adalah faktor fundamental yang membentuk pengalaman konsumen.

Lebih lanjut, Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli kembali, memperlihatkan bahwa kepuasan memang berfungsi sebagai variabel kunci dalam memperkuat efek kualitas layanan (8). Namun, hasil penelitian tidak selalu konsisten. Studi pada McDonald's Makassar menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli, kepuasan pelanggan tidak

berpengaruh signifikan (9). Hal ini menunjukkan adanya research gap, terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, sehingga perlu penelitian baru untuk memperjelas hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan minat beli dalam konteks Mochino Coffee Dampit.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Mochino Coffee yang berlokasi di Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang, Jawa Timur, sebuah kawasan yang dikenal sebagai sentra penghasil kopi robusta berkualitas dengan cita rasa khas. Kedai ini dipilih karena memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak, didominasi oleh kalangan anak muda, pekerja, serta komunitas pecinta kopi yang menjadikan kedai sebagai tempat berkumpul, berdiskusi, maupun bekerja. Selain menyajikan produk kopi lokal, kedai ini juga mengedepankan atmosfer yang nyaman, pelayanan ramah, serta strategi pemasaran berbasis media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Karakteristik tersebut menjadikan Mochino Coffee Dampit relevan sebagai objek penelitian terkait keterkaitan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan minat beli konsumen dalam konteks kedai kopi lokal.

Tabel 2. 2 Menu Coffee Dampit Malang

Kategori Menu	Nama Menu
Signature Coffee	Kopi Lanang Original, Kopi Lanang Susu, Kopi Lanang Gula Aren
Espresso Based	Espresso, Americano, Cappuccino, Café Latte, Vanilla Latte, Caramel Latte
Kopi Susu & Tradisional	Kopi Susu Mochino, Kopi Susu Gula Aren, Kopi Hitam
Non-Coffee	Chocolate Hot/Ice, Matcha Latte, Red Velvet
Tea Series	Teh Manis Hot/Ice, Lemon Tea, Lychee Tea
Snack & Makanan Ringan	Roti Bakar (Cokelat/Keju), Pisang Goreng, Kentang Goreng, Sosis Goreng

Sumber: Dibuat oleh peneliti

Mochino Coffee Dampit memiliki keunggulan dengan menyajikan kopi lanang yang dikenal memiliki cita rasa khas dan aroma yang kuat sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen. Keunggulan produk tersebut perlu didukung oleh kualitas layanan yang baik, seperti pelayanan yang ramah dan nyaman, agar mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan konsumen selanjutnya dapat mendorong munculnya minat beli, baik untuk melakukan pembelian ulang maupun merekomendasikan kepada orang lain.

Berdasarkan paparan di atas, penting untuk dilakukan penelitian yang menguji sejauh mana pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli konsumen dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu pemasaran dan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM, khususnya kedai kopi lokal seperti Mochino Coffee Dampit, dalam merumuskan strategi pemasaran dan layanan yang lebih efektif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan minat beli, sebagian besar masih berfokus pada sektor bisnis besar seperti e-commerce, retail modern, atau perbankan. Khususnya dengan pendekatan mediasi dalam konteks UMKM kedai kopi lokal di wilayah Kabupaten Malang, masih sangat terbatas. Inilah yang menjadi gap penelitian yang ingin diisi melalui studi ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan studi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli dengan Kepuasan sebagai Mediasi pada Konsumen di Mochino Coffee Dampit”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang diajukan, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi Kualitas Layanan, Minat Beli, dan Kepuasan konsumen?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen di Mochino Coffee dampit?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan pada konsumen di Mochino Coffee dampit?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen di Mochino Coffee dampit?
5. Apakah kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi berpengaruh terhadap kualitas layanan dan minat beli pada konsumen di Mochino Coffee dampit?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kondisi Kualitas Layanan, Minat Beli, dan Kepuasan Konsumen?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Layanan terhadap minat beli pada konsumen di Mochino Coffee dampit.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pada konsumen di Mochino Coffee dampit.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli pada konsumen di Mochino Coffee dampit.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi berpengaruh terhadap Kualitas Layanan dan Minat Beli pada konsumen di Mochino Coffee Dampit.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Praktis

hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan rekomendasi bagi pemilik Mochino Coffee Dampit dalam menyusun strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas layanan agar lebih efektif dan fokus pada kebutuhan pelanggan. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis, pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dan minat beli konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bisa menjadi manfaat bagi pelaku UMKM lain di bidang kuliner.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan minat beli. Penelitian ini juga menambah referensi tentang hubungan antar variabel tersebut, serta memberikan bukti nyata tentang peran kepuasan pelanggan sebagai perantara dalam usaha kedai kopi lokal. Selain itu, hasilnya bisa menjadi bahan acuan bagi peneliti lain yang ingin mengangkat topik serupa di sektor usaha atau daerah yang berbeda.