

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan kondisi geografis yang ideal bagi pertumbuhan kopi. Perkebunan kopi yang tersebar di penjuru Indonesia membuat hampir setiap daerah di Indonesia mampu menghasilkan jenis varietas kopi unggulan (baik Robusta maupun Arabica) dan juga memiliki ciri khas rasa serta aroma yang berbeda, sebut saja Kopi Aceh Gayo, Kopi Toraja, Kopi Bali Kintamani (Yunita, 2021).

Kopi merupakan minuman yang sudah tidak asing lagi bagi kebanyakan orang. Kopi disukai oleh berbagai kalangan. Penggemarnya tidak hanya masyarakat Indonesia, tetapi juga berbagai negara di dunia, karena kopi dikenal sebagai minuman yang memiliki efek baik bagi kesehatan masyarakat. Saat ini kedai kopi yang unik dan istimewa bermunculan di pedesaan dan perkotaan Indonesia, sehingga persaingan semakin ketat (Kim, et al,2016).

Kualitas kopi yang baik menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan ini mempengaruhi loyalitas konsumen. Kualitas produk yang tinggi akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga produk yang diproduksi selalu laris dan sesuai dengan keinginan konsumen (Amin et al, 2020).

Era modernisasi hiburan pada saat ini banyak dicari oleh masyarakat baik itu pekerja, pelajar, dan mahasiswa dengan tujuan untuk menghilangkan rasa lelah setelah beraktifitas setiap harinya salah satunya dengan mengunjungi kedai kopi (*Coffee Shop*). Hal ini dapat dilihat dari pengeluaran untuk gaya hidup (*life style*) yang tumbuh diatas kebutuhan dan menjadi peluang bagi pelaku usaha kedai kopi seperti fungsi kedai kopi yang tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga menjual

gaya hidup yang digemari oleh kaum muda dan mengubah perilaku masyarakat lebih dinamis (Widya G, et al., 2022).

Bisnis *Coffee Shop* memiliki prospek yang baik untuk masa depan, karena bisa dilihat dari data meningkatnya yang mengonsumsi kopi. Dengan menginovasikan konsep dari *Coffee Shop* agar menjadi unik dan berkesan bagi konsumen, menyajikan pilihan menu yang beragam, lalu menyediakan tempat yang nyaman sehingga para pebisnis mampu bersaing dan mendapatkan kesuksesan dalam bisnis *Coffee Shop* ini (Zhafirah & Ariesya, 2021).

Suasana *Coffee Shop* merupakan pokok bahasan penting dalam manajemen pelayanan karena lingkungan (suasana) yang baik dapat menciptakan kenyamanan dapat membuat konsumen datang kembali. Pentingnya memahami perilaku konsumen karena faktor utama penentu keberhasilan suatu perusahaan yang mengacu pada minat pembelian konsumen. Tingginya persaingan menjadi tantangan bagi pengusaha bagaimana mempertahankan minat beli konsumen yang berkunjung (Abdul, 2016).

Coffee shop di Kota Jambi mengalami peningkatan signifikan dari tahun 2018 hingga 2020, peningkatannya mencapai 42,8 persen. Pada tahun 2018 jumlah *coffee Shop* sebanyak 49, pada tahun 2019 jumlah *Coffee Shop* sebanyak 84 dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2020 sebanyak 96 *Coffee Shop*. (Komunitas 0741 Kopi Jambi, 2022).

Tidak hanya minat namun juga karakteristik pelanggan juga mempengaruhi terhadap gaya hidup (*life style*) dimana seseorang akan melakukan kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya seperti berkunjung (*Coffee Shop*). Studi yang dilakukan oleh Laila (2015) menunjukkan hubungan yang signifikan antara perilaku

konsumen dengan minat beli. Dimana perilaku konsumen merupakan variabel penting untuk mengetahui minat beli konsumen yang mana semakin baik perilaku konsumen maka minat beli akan meningkat. Sangat pesatnya pertumbuhan Kedai Kopi (*Coffee Shop*) di Kota Jambi sehingga merubah perilaku seseorang yang awalnya minum kopi di rumah kini sudah bergeser ke kedai kopi (*Coffee Shop*). Oleh karena itu sangat perlu untuk diketahui karakteristik pelanggan seperti apa sajakah yang menjadi pelanggan *Coffee Shop* di kota Jambi sehingga dapat membuat pertumbuhan yang sangat cepat pada *Coffee Shop* di Kota Jambi. Dari penjelasan diatas, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Jumlah Kunjungan Ke *Coffee Shop*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Faktor karakteristik apa yang mempengaruhi kunjungan konsumen ke *Coffe Shop* di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut: Untuk mengetahui dan menganalisis faktor karekteristik yang mempengaruhi kunjungan konsumen ke *Coffe Shop* di Kota Jambi?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis temuan dalam penelitian ini diharapkan akan menjadi suatu cerminan bagi pengusaha *Coffee Shop*.

2. Secara Praktis

Secara praktis temuan dalam penelitian ini diharapkan menjadi penambah pengetahuan terhadap pengusaha *Coffee Shop* dan juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu rujukan dalam melakukan penelitian sejenis.