BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kopi di Indonesia telah mengalami transformasi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada kota-kota besar, tetapi juga merambah ke daerah-daerah yang lebih kecil, termasuk Gresik, Jawa Timur. Salah satu manifestasi dari tren ini adalah munculnya berbagai warung kopi dengan konsep yang beragam, menawarkan tidak hanya variasi menu kopi, tetapi juga pengalaman ruang yang unik bagi para pengunjungnya.

Perubahan lanskap industri kopi ini tidak terlepas dari pergeseran pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda. Menurut data dari Kementerian Pertanian (2021), konsumsi kopi per kapita di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 15% dalam lima tahun terakhir. Peningkatan ini tidak hanya terjadi dalam hal kuantitas, tetapi juga kualitas dan variasi produk kopi yang dikonsumsi. Fenomena ini mencerminkan perubahan persepsi masyarakat terhadap kopi, dari sekadar minuman fungsional menjadi bagian dari gaya hidup dan sarana sosialisasi.

Di tengah perkembangan ini, Gresik, sebuah kota industri di Jawa Timur, tidak luput dari gelombang tren warung kopi. Meski dikenal sebagai kota industri, Gresik juga memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor kuliner dan pariwisata. Menurut data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gresik (2023), jumlah warung kopi di kota ini meningkat 30% dalam dua tahun terakhir. Peningkatan ini tidak hanya dalam hal kuantitas, tetapi juga kualitas dan keragaman konsep yang ditawarkan.

Central Caffe, yang berlokasi di pusat kota Gresik, merupakan salah satu contoh warung kopi yang telah berhasil menarik perhatian konsumen, terutama dari kalangan generasi Z. Warung kopi ini hadir dengan konsep yang memadukan unsur tradisional dan modern, mencerminkan karakteristik kota Gresik yang memiliki

sejarah panjang namun terus berkembang. Kehadiran Central Caffe tidak hanya menambah pilihan bagi pecinta kopi di Gresik, tetapi juga menjadi katalis bagi perkembangan industri kreatif dan pariwisata di kota ini.

Generasi Z, yang menjadi fokus dalam penelitian ini, memiliki karakteristik dan preferensi yang unik dibandingkan generasi sebelumnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2022), generasi Z di Indonesia, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, saat ini mencakup sekitar 27% dari total populasi. Kelompok demografis ini tidak hanya mencari produk berkualitas, tetapi juga menginginkan pengalaman yang menyeluruh ketika mengunjungi sebuah warung kopi.

Karakteristik generasi Z yang khas ini tercermin dalam perilaku konsumsi mereka. Sebuah studi yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Universitas Indonesia (2023) mengungkapkan bahwa 68% generasi Z di Indonesia menganggap warung kopi sebagai tempat untuk bersosialisasi, bekerja, dan mengekspresikan diri. Lebih lanjut, 73% dari mereka menyatakan bahwa desain interior dan suasana warung kopi merupakan faktor penting dalam memilih tempat yang mereka kunjungi.

Dalam konteks ini, desain interior dan ambience warung kopi menjadi faktor yang semakin krusial dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Desain interior, yang mencakup tata letak, pemilihan furnitur, skema warna, dan elemen dekoratif lainnya, berperan penting dalam menciptakan identitas visual sebuah warung kopi. Sementara itu, ambience atau suasana, yang meliputi pencahayaan, musik, aroma, dan temperatur ruangan, berkontribusi dalam membentuk pengalaman sensorik pengunjung.

Pentingnya aspek desain interior dan ambience ini semakin diperkuat oleh hasil penelitian Pusat Kajian Ekonomi Kreatif Universitas Airlangga (2022), yang menunjukkan bahwa 82% konsumen generasi Z di Jawa Timur menganggap atmosfer warung kopi sebagai faktor utama yang mempengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung kembali. Lebih lanjut, penelitian tersebut mengungkapkan bahwa 76% responden rela membayar lebih untuk pengalaman yang unik dan instagrammable di warung kopi.

Studi yang dilakukan oleh Ryu dan Han (2010) menunjukkan bahwa lingkungan fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas, kepuasan pelanggan, dan niat perilaku dalam konteks restoran. Meskipun penelitian ini dilakukan dalam konteks internasional, temuan mereka memiliki relevansi yang kuat dengan fenomena warung kopi di Indonesia, khususnya di kota-kota berkembang seperti Gresik.

Lebih lanjut, penelitian Rosenbaum dan Massiah (2011) mengungkapkan bahwa elemen-elemen servicescape, termasuk desain interior dan ambience, dapat mempengaruhi respons kognitif, emosional, dan fisiologis konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman konsumen di warung kopi tidak hanya terbatas pada aspek fungsional (misalnya, kualitas kopi), tetapi juga melibatkan dimensi psikologis dan emosional yang kompleks.

Dalam konteks Indonesia, penelitian yang dilakukan oleh Pramudita dan Hidayat (2019) di Bandung menunjukkan bahwa desain interior memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di kafe. Mereka menemukan bahwa elemen-elemen seperti kenyamanan tempat duduk, tata letak yang memungkinkan interaksi sosial, dan estetika visual yang menarik dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Sementara itu, studi yang dilakukan oleh Kusuma dan Idrus (2020) di Jakarta mengungkapkan bahwa desain interior yang "Instagrammable" atau fotogenik menjadi faktor penting bagi generasi Z dalam memilih warung kopi. Hal ini menunjukkan bahwa selain fungsionalitas, aspek visual dan potensi untuk berbagi pengalaman di media sosial juga menjadi pertimbangan penting dalam desain interior warung kopi kontemporer.

Namun, mayoritas studi terdahulu berfokus pada konteks restoran secara umum atau kafe di kota-kota besar. Masih terdapat kelangkaan penelitian yang secara spesifik menganalisis dampak desain interior dan ambience warung kopi terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z di kota-kota menengah seperti Gresik. Padahal, pemahaman mendalam mengenai preferensi generasi Z terhadap aspek-aspek ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku bisnis warung

kopi dalam merancang strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dari kelompok demografis ini.

Keunikan Gresik sebagai kota industri yang sedang berkembang dalam sektor pariwisata dan kuliner menambah dimensi menarik dalam penelitian ini. Menurut data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik (2023), sektor UMKM, termasuk warung kopi, menyumbang 35% dari total PDRB kota ini. Angka ini menunjukkan potensi besar sektor warung kopi dalam mendorong perekonomian lokal.

Central Caffe Gresik, dengan lokasinya yang strategis dan popularitasnya di kalangan generasi Z, menyediakan setting yang ideal untuk mengeksplorasi hubungan antara desain interior, ambience, dan keputusan pembelian. Warung kopi ini telah berhasil memadukan unsur-unsur modern dengan sentuhan lokal, menciptakan ruang yang tidak hanya nyaman untuk menikmati kopi, tetapi juga menjadi tempat bersosialisasi dan bekerja bagi generasi muda Gresik.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh tim peneliti, Central Caffe Gresik memiliki beberapa keunikan dalam hal desain interior dan ambience. Tata letak ruangan yang terbuka namun tetap memberikan privasi, penggunaan material lokal seperti gerabah dan batik dalam elemen dekoratif, serta pencahayaan yang dapat disesuaikan untuk berbagai aktivitas, merupakan beberapa contoh inovasi yang diterapkan. Dari segi ambience, Central Caffe Gresik menerapkan konsep "soundscape" yang unik, memadukan suara mesin kopi, alunan musik akustik, dan dengung percakapan untuk menciptakan atmosfer yang hidup namun tetap nyaman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan menganalisis secara komprehensif bagaimana elemen-elemen desain interior dan ambience di Central Caffe Gresik mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian konsumen generasi Z. Analisis ini tidak hanya akan melihat pengaruh langsung dari masing-masing elemen, tetapi juga interaksi antara desain interior dan ambience dalam membentuk pengalaman holistik konsumen.

Lebih lanjut, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana preferensi generasi Z terhadap desain interior dan ambience warung kopi mungkin berbeda di kota menengah seperti Gresik dibandingkan dengan kota-kota besar. Hal ini penting

mengingat konteks sosial, ekonomi, dan budaya yang berbeda dapat mempengaruhi ekspektasi dan perilaku konsumen.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini akan memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen generasi Z dalam konteks warung kopi di kota menengah Indonesia. Hal ini penting mengingat mayoritas penelitian terdahulu berfokus pada konteks perkotaan besar atau negara-negara maju.

Secara praktis, temuan penelitian dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis warung kopi, khususnya di Gresik dan kota-kota serupa, dalam merancang strategi desain interior dan ambience yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan generasi Z. Hal ini tidak hanya akan bermanfaat bagi pertumbuhan bisnis individual, tetapi juga dapat berkontribusi pada pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di kota-kota menengah Indonesia.

Lebih jauh lagi, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan berharga bagi pembuat kebijakan di tingkat lokal dan nasional. Pemahaman yang lebih baik tentang preferensi dan perilaku konsumen generasi Z dalam konteks warung kopi dapat membantu dalam perumusan kebijakan yang mendukung pengembangan industri kreatif dan pariwisata berbasis kopi di Indonesia.

Dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada diskusi global tentang perubahan lanskap retail dan hospitality di era digital. Warung kopi, sebagai ruang fisik yang tetap relevan di tengah maraknya platform digital, menjadi objek studi yang menarik untuk memahami bagaimana ruang fisik dapat beradaptasi dan tetap menarik bagi generasi yang tumbuh di era digital.

Metodologi penelitian yang akan digunakan dalam studi ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif dan mendalam. Pendekatan mixed-method akan diterapkan, menggabungkan metode kuantitatif melalui survei dengan metode kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi partisipan. Penggunaan metode campuran ini memungkinkan triangulasi data, meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian.

Survei kuantitatif akan dilakukan terhadap sampel representatif konsumen generasi Z yang pernah mengunjungi Central Caffe Gresik. Kuesioner akan dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap berbagai aspek desain interior dan ambience, serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. Analisis statistik inferensial, termasuk analisis regresi berganda dan pemodelan persamaan struktural (SEM), akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Sementara itu, wawancara mendalam akan dilakukan dengan subset responden untuk mendapatkan pemahaman yang lebih nuansa tentang motivasi, preferensi, dan pengalaman mereka di Central Caffe Gresik. Observasi partisipan juga akan dilakukan untuk mengamati secara langsung interaksi antara konsumen dengan lingkungan fisik warung kopi.

Penelitian ini juga akan mempertimbangkan aspek etika dengan seksama. Persetujuan tertulis akan diperoleh dari semua partisipan, dan anonimitas serta kerahasiaan data akan dijamin. Selain itu, penelitian ini akan mematuhi protokol kesehatan yang berlaku, mengingat konteks pandemi COVID-19 yang masih berlangsung.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini akan menghadapi beberapa tantangan dan keterbatasan. Pertama, generalisasi temuan mungkin terbatas pada konteks kota menengah di Indonesia, khususnya Gresik. Kedua, preferensi dan perilaku konsumen dapat berubah seiring waktu, terutama mengingat dinamika generasi Z yang cepat berubah. Oleh karena itu, penelitian longitudinal mungkin diperlukan di masa depan untuk melacak perubahan tren ini.

Meskipun demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan yang kuat untuk studi lebih lanjut tentang perilaku konsumen generasi Z dalam konteks warung kopi dan industri hospitality secara umum. Temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi titik awal untuk eksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana ruang fisik dapat dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi generasi digital native.

Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam literatur akademik, tetapi juga untuk memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis dan pembuat kebijakan. Dengan

memahami lebih baik bagaimana desain interior dan ambience mempengaruhi keputusan pembelian generasi Z di warung kopi, kita dapat merancang ruang-ruang publik yang lebih inklusif, menarik, dan berkelanjutan di masa depan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh desain interior Central Caffe Gresik terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z?
2. Bagaimana pengaruh ambience Central Caffe Gresik terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z?
3. Elemen desain interior dan ambience manakah yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z di Central Caffe Gresik?
4. Bagaimana interaksi antara desain interior dan ambience dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen generasi Z di Central Caffe Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh desain interior Central Caffe Gresik terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z.
2. Menganalisis pengaruh ambience Central Caffe Gresik terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z.
3. Mengidentifikasi elemen desain interior dan ambience yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z di Central Caffe Gresik.
4. Mengeksplorasi interaksi antara desain interior dan ambience dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen generasi Z di Central Caffe Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:
   a. Memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen generasi Z dalam konteks warung kopi di kota menengah Indonesia.
   b. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara desain interior, ambience, dan keputusan pembelian konsumen generasi Z.
   c. Mengembangkan model konseptual yang dapat digunakan untuk penelitian serupa di masa depan.
2. Manfaat Praktis:
   a. Menyediakan informasi berharga bagi pemilik dan pengelola Central Caffe Gresik dalam merancang strategi desain interior dan ambience yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan generasi Z.
   b. Memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku bisnis warung kopi di kota-kota menengah Indonesia dalam mengoptimalkan desain interior dan ambience untuk meningkatkan daya tarik bagi konsumen generasi Z.
   c. Membantu pengambil keputusan dalam industri warung kopi untuk memahami preferensi konsumen generasi Z terkait desain interior dan ambience, sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.