

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan bisnis di seluruh dunia. Dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pada pengusaha untuk dapat berkompetisi peluang dalam menjangkau konsumen lokal. Kegiatan bisnis saat ini sangat diminati oleh kaum milenial disektor pelayanan bisnis kuliner yang dapat memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, banyak milenial di saat ini sedang gencar-gencar mencoba peluang berbisnis kuliner. Apalagi saat ini bisnis kuliner didukung oleh paasar digital, kaum milenial pun semakin tertarik. Melihat peluang dan berbagai dukungan untuk bisnis kuliner, dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen terutama pada kualitas pelayanan, Menurut Tjiptono (2012) Kualitas pelayanan yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Melakukan bisnis di sector pelayanan bisnis kuliner memanfaatkan SDM untuk mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia, dan pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Setelah membeli makanan dan minuman yang ada di kafe dan merasakan pelayanan yang ada di kafe tersebut. Maka hal tersebut merupakan salah satu faktor untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Secara garis besar nilai pelanggan merupakan perbandingan antara manfaat (*benefits*) yang dirasakan oleh pelanggan dengan apa yang pelanggan bayarkan (*cost*) untuk mendapatkan atau mengkonsumsi produk tersebut Woro Mardikawati Jurnal Administrasi Bisnis Vol.2. Setelah itu pelanggan akan membandingkan dengan nilai pelanggan yang akan didapatkan jika pelanggan tersebut memilih kafe lain. Kotler dan Keller (2012) menyebutkan bahwa keunggulan tersebut berdampak pada pembelian ulang ataupun memberikan dimasa yang akan datang. Dunia kuliner tidak pernah berhenti, melainkan terus mengikuti perkembangan jaman. Mulai dari kreasi tempat,

masakannya, maupun konsep yang disajikan oleh pemilik usaha. Kafe merupakan salah satu tempat bersantai yang menyediakan beberapa produk makanan dan minuman. Demi dapat bersaing dengan kafe lainnya, dan memberikan kesan menawarkan yang baik kepada pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai yang dirasakan pelanggan adalah kualitas produk. Bahwa kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk. Pelanggan membeli produk dari perusahaan untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing Sarini Kodu Jurnal EMBA Vol.1. Jadi hanya perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik dan mampu bertahan dalam jangka Panjang dan bertumbuh secara pesat serta dapat bersaing di dunia bisnis. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi jika mutu produk yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan akan memuaskan. Yaitu dengan cara memberikan kualitas produk terbaik yang dapat memenuhi harapan konsumen. Pada kenyataannya, konsumen yang kurang puas dengan produk tersebut akan segera beralih pada produk pengganti yang memiliki kualitas produk yang sama bagusnya. Perusahaan tentu tidak ingin kehilangan konsumen terus menerus tanpa dilakukan suatu usaha, sehingga peningkatan kualitas produk menjadi sangat penting dan wajib dilakukan secara kontinyu selama perusahaan tersebut berdiri.

Kepuasan setiap pelanggan itu berbeda-beda macamnya, akan tetapi yang menjadi faktor utama supaya konsumen puas yaitu dengan kualitas terhadap kafe itu sendiri. Banyak orang memburu kafe yang berdiri untuk makan, hangout dengan sahabat. Tetapi tidak sedikit konsumen yang complain dengan kualitas produk yang dikonsumsinya. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam pemasaran untuk dapat menjadi bahan pertimbangan setiap konsumen dan mempengaruhi konsumen lain untuk berkunjung dan datang beberapa kali atau secara berulang. Kepuasan adalah hasil penilaian dari pelanggan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Pelanggan merasa puas apabila harapannya

terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Tjiptono, 2008). Kepuasan pelanggan yaitu respon emosional yang berhubungan dengan pengalaman-pengalaman terhadap pembelian produk atau jasa (Tjiptono, 2014). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor pendorong utama dalam menghubungkan perusahaan dengan pelanggan dalam waktu jangka Panjang (Kotler & Armstrong, 2017). Lebih lanjut Kotler & Armstrong menjelaskan kepuasan maupun ketidakpuasan, merupakan kondisi perasaan senang ataupun kecewa setelah membandingkan kinerja terhadap keinginan pribadi.

Loyalitas pelanggan akan tinggi apabila suatu produk dinilai mampu memberikan kepuasan yang tinggi sehingga pelanggan enggan untuk beralih ke kafe lain, karena loyalitas ini maka akan memberikan keuntungan jangka panjang, artinya pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang ketika kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. “A Hukmah · 2017” Layanan saat ini dirasakan oleh konsumen mengalami penurunan Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang dibeli, akan menimbulkan kesetiaan membeli sehingga membuat pembeli melakukan pembelian ulang dimasa yang akan. Dengan pembelian secara berulang maka seseorang akan menjadi pelanggan yang loyal dengan tempat dia membeli produk sehingga para pelanggan dapat menceritakan kembali mengenai kualitas produk serta pelayanan kepada orang lainnya. Pelanggan sendiri akan terus menerus untuk datang secara berulang ke suatu tempat yang sama guna memuaskan keinginan dengan mendapatkan suatu produk dan pelayanan yang diinginkan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan. Menjadi seorang pelanggan yang loyal tidak dapat terjadi secara instant sebab ada beberapa tahap yang harus dilakukan jika ingin konsumen menjadi loyal seperti perusahaan harus bisa mengikuti ekspektasi yang diharapkan pelanggan. karena ketidakpuasan terhadap kualitas dari produk ataupun layanan yang diberikan perusahaan, dan kurangnya kualitas produk, jadi untuk produk yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan yang pelanggan harapkan, untuk produknya dari tata penyajiannya kurang menarik dan lebih diperbanyak lagi menu makanannya.

Banyaknya kafe kopi yang berdiri, kafe Kopi merupakan tempat untuk bersantai dengan menyantap makanan dan minuman yang sangat digemari oleh masyarakat Jakarta karena kafe merupakan tempat yang unik, Kondisi ini sama

dengan di luar negeri, di Italia contohnya masyarakat disana sangat menggemari atau hobi minum dan makan dengan santai, pria ataupun wanita tidak luput juga dengan anak kecil sangat menyukainya. Istilah Kafe masih banyak digunakan hingga saat ini untuk menandakan jam istirahat atau jam makan siang. Kafe merupakan hal yang tidak asing lagi di kalangan masyarakat Indonesia banyak masyarakat Indonesia memilih menikmati minuman kopi atau makanan di kafe secara langsung. Kafe kopi sendiri menyediakan beberapa jenis minuman kopi, teh dan minuman lainnya. Selain itu beberapa kafe kopi juga menyediakan makanan ringan (*snack*) dan ada juga makanan beratnya seperti nasi goreng dan lontong sayur. Pada umumnya konsumen lebih memilih kafe kopi yang memiliki fasilitas lengkap dan memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Salah satunya, wifi yang merupakan hal yang menjadi kebutuhan banyak orang saat ini. Kafe Malabar merupakan salah satu kafe yang berasal dari Jakarta dan berkembang di Jakarta Timur saat ini. Kafe Malabar merupakan kafe kopi yang berdiri sejak Bulan 10 Januari 2020, Jakarta yang dikelola oleh Mrs. HJ Lili Amalia Azwar pemilik kafe Malabar. Mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan pelanggan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kafe tersebut memiliki kepuasan pelanggan terhadap kafe Malabar.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Kafe Malabar?
2. Apakah pengaruh nilai yang dirasakan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kafe Malabar?
3. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Kafe Malabar?
4. Apakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kafe Malabar?
5. Apakah pengaruh kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan pelanggan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kafe Malabar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Kafe Malabar.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kafe Malabar
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Kafe Malabar
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kafe Malabar
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan pelanggan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kafe malabar

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana dikemukakan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini merupakan sarana bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai yang dirasakan Pelanggan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Malabar.

#### **2. Bagi Ilmu Pengetahuan**

Hasil dari penelitian ini diharap dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan yang ada di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dan sebagai bahan pertimbangan baik untuk menambah wawasan pengetahuan maupun sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang.

#### **3. Bagi Ilmu Perusahaan**

Sebagai bahan masukan perusahaan untuk mengetahui sejauh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai yang dirasakan Pelanggan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini diharapkan

dapat menjadi masukan untuk meningkatkan nilai pelanggan agar konsumen bisa puas dan loyal untuk kembali lagi.