

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Cafe Dapoer Kite merupakan tempat makan dan tongkrongan anak muda, bertempat di Jl. Warakas Gg. 8 No. 53, RT. 11/RW. 6, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14370 ini, memiliki tempat yang cukup strategis karena berada di pinggir jalan dan berdekatan dengan lokasi sekolahan baik SD, SMP, dan SMK daerah tersebut.

Cafe Dapoer Kite mengusung tema Cafe Ala KQ-5 dengan menyajikan menu makanan seperti spagghety, lasagna, nasi goreng, mie goreng, pancake, puding, dengan menu minuman seperti milk shake, jus buah-buahan, coffe, dan masih banyak lagi. Cafe dapoer kite ini menyediakan tempat yang nyaman, kebersihan dan kesehatan makanannya menjadi hal utama yang diperhatikan oleh para pekerja Dapoer Kite, karena menurut mereka hal itu lah yang membuat para pengunjung bisa nyaman dan menikmati dengan indah ketika datang ke cafe dapoer kite.

Suatu usaha dituntut untuk menemukan serta membangun sistem manajemen yang mampu secara profesional mempertahankan pelanggan. Satu hal yang menjadi pertimbangan usaha dalam mempertahankan pelanggannya, yakni karena semakin mahalnya biaya perolehan pelanggan baru dalam situasi kompetisi yang semakin ketat. Untuk menciptakan kondisi seperti itu, perusahaan harus merancang strategi yang baik untuk digunakan sebagai usaha mendorong dan menciptakan perasaan puas pelanggannya, sehingga dapat menciptakan pelanggan yang loyal (Soraya, 2015:10).

Permasalahan yang terjadi adalah, tingginya tingkat persaingan di bisnis Café ini membuat perusahaan semakin berlomba-lomba untuk meningkatkan loyalitas konsumen agar tidak berpindah ke Cafe lainnya. Mempertahankan loyalitas konsumen sangatlah penting untuk menjaga kelangsungan hidup suatu bisnis untuk meraih keunggulan kompetitif.

Kotler dan Armstrong (2015:124) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama, pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberikan keuntungan besar kepada institusi. Kedua, biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih mahal dibanding dengan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Ketiga, pelanggan yang sudah percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat, biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima, institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam, pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi suara kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan Cafe dalam rangka menciptakan loyalitas konsumen. Untuk dapat menciptakan loyalitas konsumen, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang perlu diperhatikan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk sehingga akan berdampak pada menurunnya tingkat loyalitas konsumen (Tjiptono, 2016:199). Penelitian Bhagaskoro (2017), Pangestika (2018), Sompal et al (2015), Setiawan (2014) serta Chee et al (2014) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan.

Adapun harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen dan manajer perlu benar-benar menyadari peran harga tersebut dalam pembentukan sikap konsumen (Mowen dan Minor, 2015:26). Biasanya loyalitas pelanggan akan berlanjut hanya sepanjang pelanggan merasakan bahwa ia menerima nilai yang lebih baik (termasuk kualitas yang lebih tinggi dalam kaitannya dengan harga) dibandingkan dengan dapat diperoleh dengan beralih ke perusahaan lain. Jika perusahaan pertama tersebut melakukan sesuatu yang mengecewakan pelanggan atau jika pesaing mulai menawarkan nilai yang jauh lebih baik, risikonya adalah bahwa pelanggan tersebut akan berpindah ke merek

lain atau pelanggan tidak loyal terhadap produk yang lama. Penelitian Sumawan (2015), Pangestika (2018), serta Somba et al (2015) yang menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan.

Menyadari pentingnya suatu loyalitas pelanggan bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, maka perusahaan terus-menerus melakukan promosi dan memperkuat ekuitas merek. Suatu perusahaan perlu melakukan pendekatan kepada pelanggan secara kontinu dan promosi merupakan salah satu faktor yang berperan besar di dalamnya. Terwujud atau tidaknya loyalitas pelanggan tergantung kepada promosi yang dilakukan perusahaan (Soraya, 2015:12). Penelitian Sumawan (2015) dan Setiawan (2014) menyimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di Cafe ala KQ-5 Dapoer Kite Tanjung Priuk)”.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Cafe ala KQ-5 Dapoer Kite Tanjung Priuk?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Cafe ala KQ-5 Dapoer Kite Tanjung Priuk?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Cafe ala KQ-5 Dapoer Kite Tanjung Priuk?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Cafe ala KQ-5 Dapoer Kite Tanjung Priuk?

1.3. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris atas:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Cafe ala KQ-5 Dapoer Kite Tanjung Priuk.
2. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Cafe ala KQ-5 Dapoer Kite Tanjung Priuk.
3. Pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan Cafe ala KQ-5 Dapoer Kite Tanjung Priuk.
4. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Cafe ala KQ-5 Dapoer Kite Tanjung Priuk.

1.4. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa atau pihak-pihak lainnya yang ingin mengetahui atau melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang dan diharapkan dapat dipakai sebagai bahan yang positif bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini diharapkan berguna:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan serta menambah wawasan bagi peneliti mengenai upaya perusahaan dalam menciptakan loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan, harga, promosi.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini memberikan manfaat bagi perusahaan berupa informasi mengenai persaingan usaha cafe dalam merebut serta mempertahankan pelanggan. Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi Dapoer Kite mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga dapat dijadikan referensi untuk melakukan evaluasi lebih baik dan dapat membuat keputusan strategi pemasaran yang efektif untuk menciptakan loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan, harga dan promosi.