

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan bisnis serta teknologi akhir – akhir ini telah muncul suatu gejala yang semakin banyak dan beragamnya produk – produk yang ditawarkan oleh perusahaan pada industri yang sama hal ini membuat persaingan di dalam dunia bisnis semakin ketat, sehingga membuat para pelaku bisnis semakin dituntut untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing di pasar. Kuliner merupakan bisnis yang pangsa pasarnya tidak mengenal umur. Siapa saja membutuhkan dan sangat menikmati sajian kuliner yang kini menjamur (Nainggolan dkk, 2016).

Tabel 1.1

**Perkembangan Restoran atau Rumah Makan di Kabupaten
Banyumas 2013-2015**

Wilayah Jateng	Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah		
	2013	2014	2015
Kabupaten Banyumas	46	156	200

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa perkembangan restoran atau rumah makan yang berada di Kabupaten Banyumas mengalami perkembangan yang sangat pesat terjadi pada tahun 2013-2015 (<https://jateng.bps.go.id>). Dan WKWK *café* merupakan kuliner yang baru untuk para *istragamable* pencinta sosmed. Selain itu, tempatnya yang luas dan nyaman juga *cozy* banget untuk *hangout* dan nongkrong bersama rekan kerja saat makan siang atau selepas kerja. Bahkan

untuk *gathering* bersama keluarga. Menariknya, tak hanya tempatnya yang *recommended*. Berbincang soal sajiannya, aneka makanan yang ditawarkan di tempat ini. Mulai dari olahan mie dengan aneka varian yang digemari anak muda. Menu berat seperti nasi dan pendampingnya pun tersedia untuk kalangan usia dewasa atau orang tua (<https://satelitpost.com/regional/grand-opening-wkwk-food-drink>).

Kebutuhan atau hasrat konsumen yang harus dipenuhi oleh pihak pelayanan agar pelanggan tersebut memperoleh kepuasan dan akan tercipta sebuah loyalitas pelanggan. Menurut Ratnasari dan Aksa (2011), kualitas jasa adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima/peroleh. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dinyatakan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dinyatakan buruk dan tidak memuaskan. Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Parasuraman (1996) dalam (Ratnasari dan Aksa, 2011) terdapat 5 dimensi SERVQUAL yaitu sebagai berikut *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Dengan demikian kualitas pelayanan yang sesuai harapan akan membentuk suatu kepuasan dan loyal pada pelanggan. Hal ini didukung oleh hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Safitri dkk (2017), Nainggolan dkk (2016), Sofiyanto dkk (2016), Appiah (2016), dan Ali dan Raza (2015) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sembiring dkk (2014), Dulkhatif dkk (2016), Quach dkk

(2016), dan Han dkk (2016) yang menyatakan juga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pelaku usaha pasti akan menyediakan berbagai macam produk dalam usahanya dimana bertujuan agar konsumen merasakan kepuasan serta loyal karena berbagai variasi kebutuhan konsumen akan terpenuhi. Menurut Kotler dan Keller (2009) keragaman produk adalah rentang pilihan yang disediakan oleh saluran pemasaran. Biasanya, pelanggan lebih menyukai pilihan yang banyak karena semakin banyak pilihan semakin besar peluang untuk menemukan apa yang mereka butuhkan. Dengan demikian semakin banyak pilihan menu yang disediakan maka banyak kebutuhan konsumen yang akan terpenuhi serta akan merasa puas dan loyal untuk menggunakan secara berkelanjutan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Safitri, dkk (2017), dan Nainggolan dkk (2016) yang menyatakan bahwa keanekaragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Rorimpandey dkk (2017), dan Chrestina dkk (2017) yang menyatakan juga bahwa keanekaragaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Setiap perusahaan akan mempertahankan kekuatan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dalam hal ini strategi penempatan lokasi usaha harus diperhatikan oleh setiap pelaku usaha supaya mudah dijangkau oleh konsumen. Menurut Ratnasari dan Aksa (2011), lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya ditempatkan. Dengan demikian penempatan lokasi yang strategis akan menciptakan kepuasan

serta loyal terhadap pelanggan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Sofiyanto dkk (2016), dan Nainggolan dkk (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dulkhatif dkk (2016) yang menyatakan juga bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Bagi pelaku usaha WKWK *Café* di Purwokerto, pelanggan yang loyal artinya mereka yang senantiasa mengkonsumsi produk tersebut secara berkelanjutan. Konsumen yang setia dapat menjadi sumber dalam mengembangkan usaha, karena mereka mempertahankan dan menggunakan pelayanan perusahaan yang ada. Menurut Oliver (Kotler dan Keller, 2009), komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Pelaku usaha seharusnya berorientasi pada pelanggan, agar dapat memenangkan persaingan. Dengan memberikan kepuasan pada konsumen akan membangun kesetiaan konsumen dan akhirnya dapat menciptakan hubungan konsumen dan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan adalah mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang. Banyak pelaku usaha yang menitik beratkan pada kepuasan konsumen karena apa yang mereka dapatkan,

sehingga akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Dulkhathif dkk (2016), Sembiring dkk (2014), Karomah dkk (2015), dan Chrestina dkk (2017) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini adalah penelitian pengembangan berasal dari penelitian Dulkhathif dkk (2016) dan Nainggolan dkk (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Penyedia Jasa Internet” dan “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Stove Syndicate Café di Semarang” dengan hasil kualitas pelayanan, keanekaragaman produk, lokasi dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Peneliti memilih semua variabel penelitian Dulkhathif dkk (2016) dan memilih variable penelitian Nainggolan dkk (2016) yaitu keanekaragaman produk. Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan WKWK *Café* tersebut. Alasan dilakukan penelitian ini, dikarenakan *café* tersebut tidak pernah sepi pengunjung sehingga tertarik untuk meneliti kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan WKWK *Café*. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen sebagai *Intervening* di WKWK *Café* Purwokerto.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen *WKWK Cafe*?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen *WKWK Cafe*?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen *WKWK Cafe*?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen *WKWK Cafe*?
5. Apakah keanekaragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen *WKWK Cafe*?
6. Apakah lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen *WKWK Cafe*?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen *WKWK Cafe*?
8. Apakah kepuasan konsumen dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen?
9. Apakah kepuasan konsumen dapat memediasi pengaruh keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen?
10. Apakah kepuasan konsumen dapat memediasi pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen?

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan agar permasalahan yang diteliti tidak meluas sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan, dengan variabel independen yang digunakan adalah kualitas pelayanan (X_1), keanekaragaman produk (X_2), lokasi (X_3). Loyalitas konsumen (Y) sebagai variabel dependennya dan kepuasan konsumen (Z) sebagai variabel *intervening*. Penelitian dilakukan pada WKWK Café di Purwokerto.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti empiris faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen khususnya untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan lokasi sebagai berikut :

- a. Membuktikan adanya pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Membuktikan adanya pengaruh positif signifikan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen.
- c. Membuktikan adanya pengaruh positif signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen.
- d. Membuktikan adanya pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

- e. Membuktikan adanya pengaruh positif signifikan keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen.
- f. Membuktikan adanya pengaruh positif signifikan lokasi terhadap loyalitas konsumen.
- g. Membuktikan adanya pengaruh positif signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
- h. Membuktikan adanya kepuasan konsumen dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
- i. Membuktikan adanya kepuasan konsumen dapat memediasi keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen.
- j. Membuktikan adanya kepuasan konsumen dapat memediasi lokasi terhadap loyalitas konsumen.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut maka diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

- a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, keragaman produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
- b. Bagi ilmu pengetahuan, mengembangkan penelitian terdahulu.
- c. Bagi perusahaan, bahan pertimbangan perusahaan tingkat kualitas pelayanan, keragaman produk dan lokasi yang diberikan kepada konsumen dan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap WKWK café.

- d. Bagi konsumen, untuk bahan pertimbangan tingkat kualitas pelayanan, keragaman produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dari pelaku usaha WKWK *Café*.

