

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang sengit dalam dunia bisnis mengharuskan setiap pengusaha mampu bersaing dan bertahan melawan pesaingnya. Persaingan antar perusahaan semakin ketat seiring dengan banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen. Agar dapat bertahan dalam persaingan ini, para pengusaha harus memiliki strategi yang tepat dalam bersaing dengan cara memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah. Salah satu peluang usaha yang dapat dimanfaatkan adalah bisnis Cafe, tetapi pertumbuhan industri makanan dan minuman yang semakin pesat menuntut pengusaha untuk memiliki strategi dan perencanaan bisnis yang matang agar dapat terus bertahan.

Tempat yang biasa digunakan untuk bersantai bersama keluarga atau teman adalah cafe, yang menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman dalam suasana yang tenang dan nyaman untuk para pengunjung. Saat ini masyarakat cenderung memiliki mobilitas dan kesibukan yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Cafe merupakan salah satu tempat yang banyak di pilih karena dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Salah satu Cafe di Pemalang yang akan di teliti yaitu Cafe Dontea ini yang terletak di sebelah barat alun-alun kota Pemalang. Menu yang di sediakan, mulai dari coffee dan non coffee. Cafe ini terdiri dari dua lantai, di lantai pertama terdiri dari kursi kayu klasik namun bergaya modern. Tiap sudut yang ditampilkan

memiliki desain interior yang berbeda. Kemudian, untuk lantai dua didominasi sofa panjang bergaya minimalis. Suasana interior di lantai dua lebih modern sehingga anak muda cenderung memilih bersantai di lantai dua. Dalam penelitian ini Donte akan di gunakan sebagai objek penelitian dengan tujuan menganalisa loyalitas konsumen.

Salah satu hal yang harus diperhatikan yaitu loyalitas konsumen yang perlu diwujudkan demi keberlangsungan hidup bisnis Cafe. Griffin (2010) dalam (Dharma, 2017) loyalitas pelanggan adalah jika seorang konsumen memperlihatkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat persyaratan untuk membeli minimal satu kali dalam periode waktu tertentu, maka konsumen tersebut dianggap setia atau loyal. Memiliki pelanggan yang berloyalitas tinggi merupakan harapan bagi setiap Cafe. Semakin banyak konsumen yang menikmati produk yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan untuk menarik lebih banyak konsumen untuk membeli produk tersebut., secara otomatis produk akan cepat laku terjual sehingga semakin banyak juga laba yang akan diterima oleh Cafe dari produk tersebut.

Menurut Philip Kotler (2012), kepuasan konsumen terjadi ketika seseorang merasa senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan ekspektasi yang dimilikinya. Dalam hal ini, perasaan tersebut dapat timbul karena adanya perbandingan antara kinerja produk dengan ekspektasi konsumen. Kepuasan pelanggan sangat menentukan nasib dari sebuah usaha karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu tolak ukur bagi perusahaan untuk menilai seberapa loyal konsumen. Adanya kepuasan konsumen

dapat memberikan beberapa keuntungan bagi bisnis, salah satunya adalah meningkatkan ikatan antara perusahaan dan konsumen yang lebih kokoh. Dengan terciptanya ikatan, maka konsumen bisa memberikan rekomendasi yang berasal dari verbal ke lisan (*word of mouth*) kepada calon konsumen yang lain, tentunya hal ini yang akan menguntungkan bagi perusahaan. Konsumen akan loyal jika mereka merasa puas. Berdasarkan review para konsumen yang berkunjung ke Cafe Donteia beberapa merasa kurang puas dengan ruangan yang masih terasa panas dan tempat parkir yang minim serta lambatnya pelayanan. Keluhan konsumen tersebut memberikan gambaran bahwa Cafe Donteia masih belum memperhatikan tingkat kepuasan konsumen dari segi kualitas pelayanan dan atmosfer cafe. Penelitian terdahulu yang menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas adalah Haris (2019) yang menyatakan kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan menurut Pradana dkk (2020), Supertini dkk (2020), Rafiah (2019), Fifana (2021), Rosita dkk (2019), Wilyanto (2021) menyatakan bahwa Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Suasana cafe dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Suasana yang ada di cafe tentunya memiliki pengaruh bagi kenyamanan konsumen, jika konsumen nyaman maka akan timbul kepuasan. Persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku usaha pun menuju ke arah persaingan non harga. Semakin banyaknya cafe, membuat persaingan semakin ketat. Syarat ini menuntut pihak donteia untuk menaikkan berbagai faktor termasuk suasana cafe yang diberikan pada pelanggan. Cafe donteia ini memiliki suasana yang membuat nyaman para konsumennya

dengan menerapkan konsep cafe bernuansa klasik namun tetap modern mengikuti perkembangan zaman. Terdapat interior yang membuat cafe terlihat lebih instagramable dan menarik perhatian konsumen. Jika suasana di dalam cafe mendukung, maka seseorang akan merasa nyaman dan puas untuk menghabiskan waktu di cafe dalam waktu yang lama, baik untuk mengerjakan tugas maupun hanya sekedar berkumpul dengan teman. Apabila konsumen merasa puas, maka kemungkinan besar mereka akan mempertahankan pembelian dan penggunaan produk atau jasa tersebut serta merekomendasikannya kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif yang telah mereka alami. Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hanafi dkk (2022) menyatakan Suasana toko secara signifikan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan menurut Karim dkk (2020), Ahmadi dkk (2021), Fa'ilah dkk (2021), Tamher dkk (2019) , Gunawan dkk (2020), Mandei (2020) yang menyatakan Suasana toko berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas pelayanan. Apabila konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka cenderung akan menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, salah satu cara yang dapat diterapkan adalah dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Menurut Gofur (2019), kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai sebuah pernyataan tentang perilaku yang timbul akibat pertimbangan antara keinginan dengan hasil, atau antara harapan dengan kinerja yang telah dilakukan. Kualitas pelayanan yang ada di cafe dontea kurang optimal dibandingkan dengan kafe pesaing. Lambat laun loyalitas pelanggan

semakin rendah apabila kafe tidak meningkatkan kualitas pelayanan. Karena semakin banyak Cafe pesaing yang menawarkan kenyamanan suasana toko dan memberikan pelayanan yang optimal. Dalam hal ini, kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Musqari dan Huda (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mandai (2020), Fifana dkk (2021), Karim dkk (2020), Pratamad dkk (2021), Hartono dkk (2022), Puspita dkk (2021) menyatakan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Larasati (2017) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)” peneliti menambahkan variabel suasana cafe yang diambil dari penelitian Pradana beny dkk, (2020) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa suasana cafe berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan 5 variabel intervening karena ada perbedaan hasil penelitian.

Dikarenakan latar belakang masalah tersebut, penulis memutuskan untuk memilih judul “Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Donte di Pematang”.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah suasana cafe berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen?
3. Apakah kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen?
4. Apakah suasana cafe berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen?
6. Apakah kepuasan konsumen memediasi suasana cafe terhadap loyalitas konsumen?
7. Apakah kepuasan konsumen memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen?

C. Pembatasan Masalah

Dengan merujuk pada perumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini memiliki batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan 4 variabel yang terdiri dari suasana cafe(X1) dan kualitas pelayanan(X2) loyalitas konsumen(Y) , kepuasan konsumen (Z).
2. Penelitian ini hanya membatasi pada subjek penelitiannya berupa konsumen dontea yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali.

D. Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada perumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis apakah suasana cafe berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
- b. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
- c. Untuk menganalisis apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
- d. Untuk menganalisis apakah suasana cafe berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- e. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan konsumen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- f. Untuk menganalisis apakah kepuasan konsumen memediasi pengaruh suasana cafe terhadap loyalitas konsumen.
- g. Untuk menganalisis apakah kepuasan konsumen memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat dari penelitian ini:

- a. Manfaat teoritis:

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi mengenai pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen, dengan mempertimbangkan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan

dapat dijadikan referensi bagi penelitian serupa di masa depan.

b. Manfaat praktis :

1. Bagi cafe, dapat memberikan masukan untuk evaluasi, pengembangan, dan peningkatan kualitas layanan cafe. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat berguna dalam menyumbangkan ide dan pemikiran untuk mengatasi masalah-masalah yang berkaitan dengan suasana cafe, kualitas layanan, loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen untuk strategi-strategi yang lebih baik di masa depan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai sumber informasi dan pertimbangan untuk penelitian lain yang berkaitan dengan topik yang sama.

