

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis saat ini sedang melonjak, hal ini dapat dilihat dari semakin pesatnya pergerakan bisnis di Kota Bandung. Banyaknya bisnis yang berpeluang di bidang kuliner yaitu salah satunya bisnis kuliner yang berkembang di Kota Bandung saat ini adalah bisnis *coffee shop*. Banyaknya bisnis *coffee shop* pada saat ini di Kota Bandung membuat persaingan menjadi kuat dan saling berkompetisi dengan *coffee shop* lain dalam merebut serta menarik pasar yang luas.

Meningkatkan ukuran persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang lebih menarik sehingga bisa menjadi salah satu cara pemasaran yang beda dari pesaing yang lain. Pemasaran merupakan bagian penting dari siklus yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam suatu perusahaan, pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama untuk perkembangan dan keuntungan perusahaan. Kegiatan pemasaran perusahaan diupayakan dapat meningkatkan kepuasan konsumen jika ingin melanjutkan usahanya (Lukitaningsih, 2013). Tujuan dari pemasaran yaitu untuk mempromosikan barang atau jasa yang diproduksi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Promosi yang dilakukan perusahaan beriringan dengan kondisi kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan tindakan untuk meningkatkan kepuasan kepada konsumen agar menciptakan kualitas pelayanan yang baik dalam kelangsungan usaha. Hal ini sesuai dengan pendapat **Tjiptono dan Chandara (2011:172)** yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Sehingga kualitas pelayanan menyediakan layanan yang memenuhi harapan pelanggan dan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat memenuhi standar perusahaan (Putri & Utomo, 2017).

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk menggunakan suatu merek dan jasa dengan tingkat kesetiaan yang tinggi, ini berarti loyalitas selalu berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan pembelian suatu produk. Oliver (1999:34) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen yang mendalam untuk melakukan pembelian suatu produk atau pelayanan yang disukai secara konsisten di waktu yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Selama ini loyalitas pelanggan kerap kali dikaitkan dengan perilaku pembelian ulang. Keduanya memang berhubungan, namun sesungguhnya berbeda. Pada prinsipnya, konsep loyalitas pelanggan berlaku untuk merek dan jasa.

Di Kota Bandung sendiri sudah banyak *coffee shop* yang bermunculan serta banyak diminati dikalangan masyarakat terutama para remaja hingga dewasa, disisi lain dengan harga yang *relative* murah dan serta tempatnya cukup luas membuat banyak para pelanggan yang tertarik untuk mengunjungi *coffee shop*. Saat ini *coffee*

shop tidak hanya menjual minuman bercita rasa kopi saja, akan tetapi banyaknya inovasi yang dilakukan para pelaku usaha *coffee shop* yang memperbaharui pilihan menu nya seiring dengan berkembangnya cita rasa yang bermunculan.

Coffee shop merupakan salah satu tempat favorit bagi kebanyakan orang. Tempat yang banyak diminati untuk menikmati berbagai varian menu kopi atau hanya sekedar bercengkrama bersama sanak saudara maupun kerabat. *Coffee shop* ini juga menawarkan berbagai fasilitas untuk konsumen merasa nyaman dan senang ketika mereka berada di *coffee shop* tersebut. Setiap *coffee shop* memiliki bentuk bangunan, warna, tata letak, maupun pelayanannya itu sendiri. Sehingga para konsumen ketika mengunjungi *coffee shop* mendapatkan pengalaman yang berbeda dari satu dengan yang lainnya (Mulyadi, 2007).

Salah satu *coffee shop* yang menarik perhatian peneliti adalah Bada Cerita. *Coffee shop* ini memiliki konsep industrial minimalis modern dengan bangunan café yang memiliki 4 (empat) lantai ini sesuai dengan temanya mereka mengutamakan kualitas pelayanan dan harga yang sesuai dengan *budget* mahasiswa. Bada cerita memanfaatkan media digital Instagram, facebook ads, dan tiktok untuk mempromosikan *coffee shop* nya itu sendiri. Strategi promosi yang digunakan untuk menarik para konsumen yaitu dengan mengadakan promo diskon minuman dan makanan dengan waktu yang ditentukan.

Bisnis *coffee shop* seperti ini harus mampu menawarkan kualitas pelayanan secara maksimal agar bertahan hidup untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Maka dalam pengelolaannya, pelaku usaha harus mengamati perubahan perilaku konsumen agar dapat mengantisipasi apabila terjadi perubahan perilaku konsumen, untuk

memperbaiki kualitas pelayanan dan menilai konsumen jika tingkat loyalitasnya cenderung rendah.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh *coffee shop* Beda Cerita dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan:

1. Membeli diluar lini produk

Pelanggan yang loyal tidak hanya membeli satu jenis produk atau jasa saja dari suatu perusahaan, tetapi mereka juga membeli produk atau jasa tambahan yang disediakan oleh perusahaan yang bersangkutan. Maka dari itu tidak semua pelanggan yang datang membeli atau mencoba menu lain. Beberapa pelanggan *coffee shop* yang datang lebih dari tiga kali lebih memilih menu yang sama dan tidak mencoba varian menu lainnya, seperti: eskosu *ice cream*, *cookies n'cream* tahu lada garam, dan *brownies with ice cream*.

2. Melakukan pembelian secara teratur

Pelanggan yang loyal yaitu mereka yang melakukan pembelian barang (produk) ataupun jasa secara teratur bahkan mereka akan tetap membeli meskipun harganya mengalami kenaikan. Dalam kenyataannya di lapangan menunjukkan bahwa beberapa pelanggan.

Berikut ini data yang didapat peneliti jumlah data pengunjung yang datang pada *coffee shop* Beda Cerita, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Data Pengunjung *Coffee Shop* Beda Cerita

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	2.408
2	Februari	2.780
3	Maret	2.560
4	April	2.184
5	Mei	3.354
6	Juni	2.874
7	Juli	1.420
8	Agustus	3.020
9	September	3.060
10	Oktober	3.786
11	November	3.518
12	Desember	5.896
	Total Pengunjung	36.860

Sumber : Data Pengunjung Coffee Shop Beda Cerita Tahun 2021

Berdasarkan tabel 1.1. data yang diperoleh dari *coffee shop* Beda Cerita tahun 2021 menyebutkan bahwa jenis usaha *coffee shop* Beda Cerita memiliki jumlah pengunjung sebanyak 36.860 yang didapat dari transaksi pembelian pada *coffee shop*. Terlihat dari data tabel di atas pada bulan Januari hingga bulan Juli jumlah pengunjung mengalami ketidakstabilan yang dikarenakan oleh kualitas pelayanan yang kurang, disebabkan adanya renovasi tempat yang menghambat pengunjung untuk datang kembali, sehingga kurangnya loyalitas pelanggan dan memilih tempat lain untuk membeli produk sejenis.

Hal ini disebabkan oleh belum maksimalnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan *coffee shop* Beda Cerita sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Pada tabel dibawah dapat dilihat data sarana dan prasarana pada *Coffee Shop Bada*

Cerita sebagai berikut:

Tabel 1.2

Data Sarana Dan Prasarana *Coffee Shop Bada* Cerita

No	Sarana Prasarana	Jumlah	Kondisi
1	Meja Bar	2	Sangat baik
2	Kursi Bar	12	Sangat baik
3	Meja	21	Sangat baik
4	Coffee Table	15	Baik dan terawat
5	Kursi	40	Tidak ada kursi sofa bisa untuk bersantai
6	Tempat Sampah	3	Sangat memadai untuk menampung sampah
7	Cermin	1	Sangat baik
8	Asbak	45	Baik
9	Lampu	30	Pencahayaan terang
10	Tanaman	12	Baik dan selalu dirawat
11	Kursi Bayi	1	Baik
12	Tray (Nampan)	2	Baik
Toilet		2	Toilet kurang memadai
13	Cermin	2	Baik
14	Wastafel	2	Sangat baik
15	Tempat sampah dalam toilet	2	Baik
16	Urinoir (Closet Pria)	2	Baik
17	Closet Wanita	2	Flush sedikit bocor
18	Tempat Tisu	4	Lengkap
Mushola			Cukup memadai dan bersih
19	Sejadah	5	Bersih dan terawat
20	Sarung	4	Bersih dan terawat
21	Mukena	4	Bersih dan terawat

Sumber : Data sarana dan prasarana Coffee Shop Bada Cerita

Berdasarkan tabel 1.2. sarana dan prasarana *Coffee Shop* Beda Cerita terlihat bahwa *coffee shop* hanya memiliki 2 (dua) *closet* Wanita dan Pria yang berada di lantai atas, hal ini menyebabkan antrian apabila menggunakan fasilitas toilet. Selain itu toilet pun belum sepenuhnya diperhatikan seperti keran air yang bocor, adapun kebersihannya yang kurang dirawat sehingga pelanggan pun merasa tidak nyaman.

2. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu berkaitan dengan harapan pelanggan yang tidak sesuai saat melakukan pemesanan, dimana terjadinya miskomunikasi antara karyawan dengan pelanggan *coffee shop* Beda Cerita. Seperti: pada saat pelanggan melakukan pemesanan dan kondisi *coffee shop* Beda Cerita sedang ramai, banyaknya keluhan pelanggan dikarenakan pesanan tidak sesuai dengan yang dipesan.

Pelanggan harus mendapatkan pelayanan yang baik, jika pelanggan tidak diberikan pelayanan yang baik maka pelanggan tersebut tidak akan kembali dan memilih untuk membeli di tempat lain.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *COFFEE SHOP* BEDA CERITA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum *coffee shop* Beda Cerita?

2. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan yang diberikan pada *coffee shop* Beda Cerita?
3. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Beda Cerita?
4. Bagaimana hambatan serta upaya mengatasi hambatan terkait kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *coffee shop* Beda Cerita?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui gambaran umum *Coffee Shop* Beda Cerita.
2. Mengetahui kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan yang diberikan *Coffee Shop* Beda Cerita kepada pelanggan.
3. Mengetahui besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *Coffee Shop* Beda Cerita.
4. Mengetahui hambatan serta upaya mengatasi hambatan terkait kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *Coffee Shop* Beda Cerita.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Secara Teori

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terutama bagi pembaca.

b. Secara Praktis

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan dan informasi di lapangan serta menerapkan teori-teori yang telah diperoleh dari jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.

2. Bagi tempat usaha

Penelitian ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan agar terciptanya loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dibidang pemasaran jasa dan manfaat yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di *Coffee Shop* Beda Cerita, Jl. Jatihandap No. 138, Mandalamekar, Kec. Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40183.

1.5.2 Lamanya Penelitian

Lamanya penelitian ini dilakukan di *coffee shop* Beda Cerita pada bulan April hingga bulan September 2022.

