

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kotler & Keller ,2009). Sedangkan, menurut Oliver (1997) loyalitas adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melaksanakan pembelian ulang / berlangganan kembali dengan produk / jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi yang menyebabkan perubahan perilaku. Dan menurut Cannon (2008) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner perusahaan.

Selanjutnya, menurut Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian, kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2012).

Kualitas Pelayanan merupakan penilaian pelanggan terhadap proses penyediaan jasa. Dengan demikian pengevaluasian kualitas pelayanan berarti pengevaluasian terhadap proses produksi jasa (Bateson, 1995). Selanjutnya, dengan kualitas layanan yang sangat baik akan menciptakan hubungan yang baik pula dengan konsumen, selain itu perusahaan juga harus dapat menetapkan harga yang sesuai dengan pelayanan agar konsumen bisa merasa puas dan merasa sesuai atas apa yang telah mereka bayar. Maka dari itu dengan memberikan pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau akan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dan akan membuat konsumen loyal serta dapat membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen (Berry,dkk, 1995).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong 2010).

Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah cafe. Cafe adalah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran (Masrum, 2005).

Selanjutnya, perkembangan bisnis cafe di kota Padang kini semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya cafe baik yang berkelas biasa maupun mewah. Banyaknya jumlah cafe tersebut mengakibatkan tingkat persaingan antara cafe semakin tinggi. Perkembangan bisnis cafe membawa konsekuensi semakin diperhatikannya pengembangan penerapan strategi pemasaran ke arah yang lebih kompetitif.

Salah satu café yang ada di kota Padang yaitu Cafe UJE BP. Cafe UJE BP berlokasi di Jalan. By Pass No.8 Pasar Ambacang, Kuranji, Kota Padang. Cafe UJE BP menawarkan produk minuman seperti kopi, teh, aneka jus, susu, capucino, dan lemon tea. Cafe UJE BP juga memenuhi selera konsumen dengan menu pilihan lain seperti ayam rica-rica, nasi goreng, mie rebus, roti bakar, burger dan masih banyak menu lainnya.

Selanjutnya jika dilihat berdasarkan kunjungan pelanggan Café UJE BP periode Januari- Juni 2018, dapat dilihat pada Tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1
Data pengunjung Cafe UJE BP periode
Januari- Juni 2018

Periode	Jumlah pengunjung (Orang)	Persentase (%)
Januari	2.450	-
Februari	2.200	0,1
Maret	2.145	0,025
April	2.000	0,067
Mei	3.000	-0,5
Juni	2.112	0,296

Sumber : Café UJE BP (2018)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung di Café UJE BP mengalami fluktuasi namun lebih dominan menurun. Penurunan paling drastis terjadi pada bulan Juni dengan jumlah pengunjung hanya 2.112 orang dengan presentase 0,296%. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa loyalitas konsumen Cafe UJE BP kurang baik. Dari sinilah peneliti ingin mengetahui

apakah kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas konsumen atau kualitas produk yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Selanjutnya jika dilihat berdasarkan survei awal, dapat dilihat pada tabel

1.2 di bawah ini :

Tabel 1.2
Data Survei Awal Pada Pelanggan
Café UJE BP Di Kota Padang

No	Pernyataan	N (Orang)	Ya	Tidak	Presentase Ya (%)	Presentase Tidak (%)
1	Produk yang ditawarkan Cafe UJE BP memiliki kualitas rasa yang enak	30	15	15	50	50
2	Menu makanan yang di sediakan oleh Cafe UJE BP bervariasi	30	12	18	40	60
3	Berminat berkunjung kembali karena pelayanan Cafe UJE BP memuaskan	30	13	17	43	56
4	Menyarankan teman atau kerabat untuk ke Cafe UJE BP karena pelayanannya memuaskan	30	18	12	60	40
5	Menyarankan teman atau kerabat ke Cafe UJE BP karena produk yang ditawarkan bervariasi	30	14	16	46	53

Sumber : survey awal (2018)

Berdasarkan dari Tabel 1.2 dapat dilihat dari 5 item pernyataan, hanya item pernyataan nomor 4 yang memiliki persentase tertinggi dalam menjawab pernyataan survey awal. Maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen Cafe

UJE BP belum dapat dikatakan baik, dikarenakan pada item pernyataan kedua, ketiga, dan kelima masih banyaknya pelanggan yang menyatakan “tidak”.

Berdasarkan uraian di atas, maka hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk membahas lebih jauh dengan memilih judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING CAFE UJE BP DI KOTA PADANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Cafe UJE BP ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Cafe UJE BP ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe UJE BP ?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe UJE BP ?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Cafe UJE BP?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Cafe UJE BP
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Cafe UJE BP
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Cafe UJE BP
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Cafe UJE BP
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen Cafe UJE BP

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan penjualan dan sebagai masukan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen sebagai variable intervening.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan pemasaran pada umumnya dan perilaku pelanggan khususnya. Selain itu semoga penelitian berguna untuk penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk

terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen sebagai variable intervening.