

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya zaman membuat aktivitas masyarakat di perkotaan semakin padat. Padatnya aktivitas masyarakat ini, membuat masyarakat membutuhkan refreshing untuk melepas kepenatan dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan. Adapun salah satu hal yang dapat dilakukan dalam melepas kepenatan tersebut adalah berkumpul di kafe bersama keluarga ataupun bersama teman-teman.

Pada saat ini kafe tidak hanya dikunjungi sebagai tempat untuk refreshing tapi juga menjadi tempat meeting bagi para pebisnis ataupun sebagai tempat untuk melakukan pekerjaan rumah atau tugas kuliah bagi para siswa dan mahasiswa, tak terkecuali bagi masyarakat di kota Padang, Sumatera Barat. Hal ini menuntut para pebisnis kafe untuk dapat menerapkan strategi bagaimana menciptakan sebuah produk yang berkualitas ditambah dengan suasana kafe yang nyaman, yang dapat menarik minat beli konsumen untuk dapat berkunjung pada kafe mereka.

Pebisnis kuliner dituntut untuk terus berinovasi memadukan suatu bentuk kreativitas atau bisa disebut entertainment dengan bisnisnya, karena para pebisnis menyadari bahwa konsumen mulai tertarik pada sebuah konsep unik yang memadukan antara kebutuhannya dengan keinginannya sehingga menciptakan entertainment dalam bisnisnya. Kehadiran para pebisnis kuliner kreatif tersebut telah memberikan warna tersendiri bagi perkembangan bisnis kuliner di Indonesia.

Kota Padang merupakan kota yang cukup berpotensi dalam mengembangkan usaha makanan, salah satu kafe yang ada di kota padang adalah Kualo Nyonya yang berlokasi di jalan Olo Ladang, Olo, Padang Barat, Kota Padang. Kafe kualo nyonya menyediakan berbagai jenis produk makanan yang di sajikan kepada konsumen. Agar berhasil dalam

memenangkan persaingan, kafe kualiyonya memiliki produk yang mengangkat merek sendiri sebagai produk utamanya. Dengan kata lain Kafe Kualiyonya memiliki daya tarik yang lebih dari pesaingnya untuk menjaring konsumen agar lebih berminat membeli produk dan berkunjung di Kafe Kualiyonya.

Loyalitas didefinisikan suatu sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap penyediaan produk atau jasa. Seorang konsumen akan menunjukkan sikap loyalnya jika perusahaan mampu memberikan kepuasan. Konsumen yang loyal adalah seorang konsumen yang selalu membeli kembali dari provider atau penyedia barang atau jasa yang sama dan memelihara suatu sikap positif terhadap penyedia barang atau jasa itu di masa yang akan datang (Griffin, 2007).

Menurut Kotler dan Amstrong, (2008) 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. Sedangkan menurut Griffin (2007) loyalitas disebutkan sebagai perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian non random yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler, (2002) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Definisi tersebut mengartikan bahwa apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan konsumen Kafe Kualiyonya dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka konsumen Kafe Kualiyonya tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen Kafe Kualiyonya akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka konsumen Kafe Kualiyonya akan merasa gembira dan sangat puas.

Berikut survei awal terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung di Kafe Kuali Nyonya dikota Padang :

**Tabel 1.1**  
**Pengunjung Kafe Kuali Nyonya Periode Januari 2019 – Desember 2019 di Kota Padang**

| <b>Bulan</b> | <b>Pengunjung<br/>(orang)</b> | <b>Persentase<br/>(%)</b> |
|--------------|-------------------------------|---------------------------|
| Januari      | 1.500                         | 9,0                       |
| Februari     | 1.420                         | 8,6                       |
| Maret        | 1.643                         | 9,9                       |
| April        | 1.769                         | 10,7                      |
| Mei          | 1.420                         | 8,6                       |
| Juni         | 1.313                         | 7,9                       |
| Juli         | 1.215                         | 7,3                       |
| Agustus      | 1.239                         | 7,5                       |
| September    | 1.200                         | 7,2                       |
| Oktober      | 1.205                         | 7,3                       |
| November     | 1.198                         | 7,2                       |
| Desember     | 1.210                         | 7,3                       |

*Sumber : Kafe Kuali Nyonya Kota Padang, 2019*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung kafe kuali nyonya mengalami fluktuasi namun dominan menurun. Hal tersebut mengindikasikan kurangnya kepuasan pelanggan terhadap Kafe Kuali nyonya di Kota Padang.

Selanjutnya untuk memperkuat data survei awal yang dilakukan terhadap 30 orang responden pelanggan Kafe Kuali Nyonya di kota padang, adapun hasil tersebut akan disajikan dalam tabel dibawah:

**Tabel 1.2**  
**Data Survey Awal Kafe Kuali Nyonya Padang**

| No | PERNYATAAN                                                                                | JAWABAN |       | PERSENTASE |       |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|------------|-------|
|    |                                                                                           | YA      | TIDAK | YA         | TIDAK |
| 1  | Saya akan terus melakukan pembelian ulang kembali pada Kafe Kuali Nyonya                  | 16      | 14    | 53,3%      | 46,7% |
| 2  | Saya akan mempromosikan kepada orang lain tentang Kafe Kuali Nyonya                       | 13      | 17    | 43,3%      | 56,7% |
| 3  | Saya akan merekomendasikan hal positif tentang produk Kafe Kuali Nyonya kepada orang lain | 11      | 19    | 36,7%      | 63,3% |

*Sumber : Survey Awal Kafe Kuali Nyonya (2020)*

Dari Tabel 1.2 yaitu data survey awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 10 Januari sampai 18 Januari, dengan tujuan melihat tingkat loyalitas pelanggan Kafe Kuali Nyonya di kota Padang. Dalam penyebaran kuesioner peneliti mengambil sampel sebanyak 30 responden pelanggan Kafe Kuali Nyonya. Dari penyebaran angket survey awal dengan 3 item pernyataan yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan ditemukan pada pernyataan item ke 3 tingkat loyalitas pada pelanggan Kafe Kuali Nyonya 63,3% dikategorikan kurang baik. Hasil survei tersebut merupakan fenomena yang menarik tentang loyalitas pelanggan Kafe Kuali Nyonya di kota Padang. Selanjutnya untuk memperkuat data dan fenomena dalam penelitian ini peneliti mengambil acuan dari penelitian sebelumnya.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Usaha untuk memperoleh pelanggan yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari pelanggan potensial sampai memperoleh partner. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono, 2008).

Faktor loyalitas dan kepuasan pada kafe juga di pengaruhi oleh kualitas produk. Menurut kotler, (2002). Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2008).

Ishak dan Luthfi (2011) kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Berdasarkan dua definisi kepercayaan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan kesediaan konsumen untuk menggantungkan diri pada suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan tertentu yang diyakininya dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Dapat di simpulkan kualitas produk adalah kemampuan produk dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan memberikan kinerja sesuai harapan konsumen. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepercayaan dari konsumen.

Berdasarkan dari fenomena dan teori yang dikemukakan sebelumnya maka peneliti tertarik tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

6. Apakah kepuasan berpengaruh sebagai variabel intervening antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepuasan berpengaruh sebagai variabel intervening antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan melihat permasalahan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menguji dan menganalisis kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk menguji dan menganalisis kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan berpengaruh sebagai variabel intervening kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
7. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan berpengaruh sebagai variabel intervening kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi Kafe Kualiti Nyonya untuk lebih memahami peranan kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dan kepercayaan dengan loyalitas pelanggan.

## 2. Bagi Akademis

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi.