

BAB I PENDAHULUAN

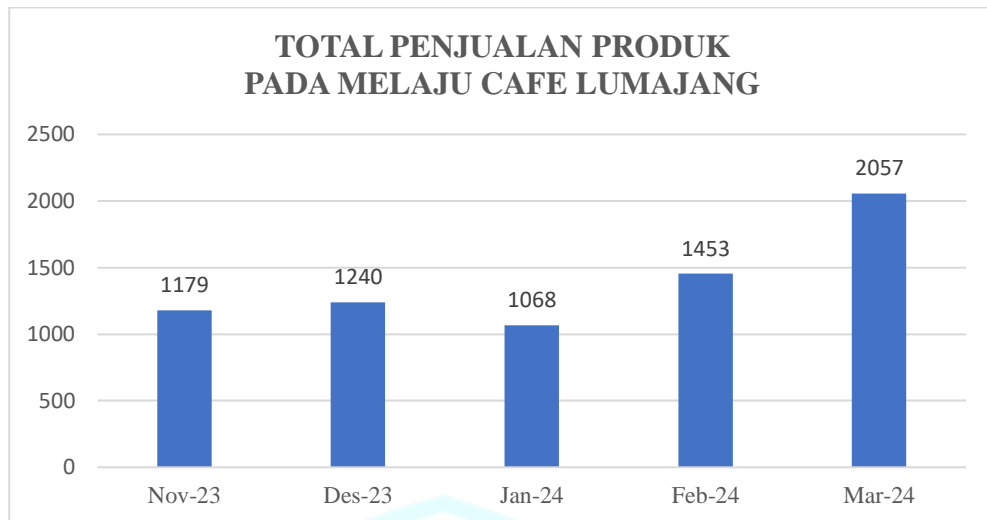
1.1. Latar belakang

Saat ini, globalisasi menyebabkan persaingan yang semakin ketat yang diakibatkan oleh meningkatnya persaingan bisnis di Indonesia. Saat ini, bisnis Indonesia berkembang dengan cepat, terutama dalam sektor kuliner. Hal ini terlihat dari banyaknya bisnis kuliner yang muncul. Pesatnya perkembangan usaha kuliner dapat menyebabkan perubahan gaya hidup konsumen yang beragam. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah konsumen dan tingginya permintaan terhadap makanan dan minuman yang merupakan permintaan utama mereka. Bisnis yang didirikan harus mempunyai keunggulan untuk menarik konsumen dan bertahan dalam persaingan yang ketat. Banyak bisnis kuliner yang bertujuan untuk memuaskan hasrat dan perluasan kebutuhan konsumen untuk makanan dan minuman.

Karena lebih banyak pilihan konsumen untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman mereka saat ini, banyaknya bisnis kuliner baru yang muncul menghasilkan persaingan yang sangat ketat. Konsumen sangat pemilih dalam memilih produk yang diinginkan, sehingga pelaku korporasi harus terus berinovasi sesuai kebutuhan, selera, dan tren terkini konsumen. Seperti halnya *Coffee Shop*, dimana *Coffee Shop* menjadi peminat khususnya remaja, sejak pandemi kedai kopi cukup sering dikunjungi masyarakat, baik hanya duduk santai menikmati suasana hingga yang memesan makanan dan minuman untuk dibawa pulang.

Banyak pengusaha ingin membuka kafe atau kedai kopi. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya *Coffee Shop* di seluruh sudut kota. Para pemilik *Coffee Shop* yang baru muncul berusaha keras untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, pemilik *Coffee Shop* harus kreatif dalam membuat minuman baru untuk membedakan produk mereka dari yang lain dan bertahan dalam persaingan, Sativa, (2019)

Terdapat pelaku usaha *Coffee Shop* di Lumajang di perusahaan Melaju *Café*. Melaju *Café* adalah perusahaan *Coffee Shop* yang berdiri pada tahun 2020, ketika dihadapkan pada pandemi covid-19, sekelompok individu memutuskan untuk melawan arus dan menciptakan sesuatu yang berbeda. Mereka adalah pengusaha kreatif yang memiliki cinta mendalam akan kopi dan mimpi besar untuk mengubah cara orang menikmati kopi di tengah ketidakpastian. mereka mendirikan Melaju *Coffee Shop*, sebuah tempat yang tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi berkualitas tinggi, tetapi juga menjadi pusat komunitas yang hangat dan ramah. Melalui inovasi dan kreativitas, mereka menciptakan pengalaman unik bagi para pelanggan mereka, dari desain interior yang menawan hingga menu kopi yang beragam dan kualitas produk yang tak tertandingi. Dengan berjalannya waktu, Melaju *Coffee Shop* menjadi salah satu destinasi kopi paling populer di Lumajang yang terletak di jalan wijaya kusuma, RT.13/RW.04,Grati Satu, Grati, Kec.Sumbersuko, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur 67316, hal ini berkaitan dengan hasil atau keputusan pembelian yang dihasilkan mengenai penjualan setiap bulannya, serta didukung dengan data hasil penjualan pada bulan November 2023-Maret 2024 berdasarkan gambar 1.1 dinyatakan sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Data penjualan produk November-Maret (2023-2024)

Sumber : Hasil olah data peneliti di Melaju *Café* (2024)

Berdasarkan data pada gambar 1.1 data penjualan pada Melaju *Café* Lumajang dapat diketahui bahwa data penjualan pada bulan maret mengalami kenaikan yang signifikan, hal tersebut didasari oleh karena banyaknya konsumen yang melakukan pembelian pada saat bulan puasa di malam hari, karena adanya peningkatan kunjungan di malam hari serta lingkungan *Café* yang ramah membuat Melaju *Café* mengalami peningkatan penjualan.

Mereka menjadi contoh inspiratif bagi banyak pengusaha muda lainnya yang ingin mengikuti jejak mereka dalam menciptakan sesuatu yang istimewa di tengah-tengah tantangan. Tidak hanya berfungsi sebagai pembeli barang atau jasa dari bisnis namun pelanggan juga sebagai sumber pendapatan utama yang dapat diandalkan jika mereka melakukan pembelian berulang dan secara rutin, serta *endorse* teman, keluarga, dan kerabat terhadap barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Menciptakan dan mempertahankan pelanggan adalah salah satu syarat penting yang harus dipenuhi oleh suatu bisnis untuk meraih kesuksesan di pasar. Agar jika tujuan ini tercapai, maka setiap perusahaan harus

bertujuan untuk menciptakan dan menyediakan barang atau jasa yang diinginkan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan itu sendiri. menurut Lovelock dan wright 2007 dalam Priansa,donni, (2016:215) “Loyalitas pelanggan merupakan keputusan secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama”. *Owner* Kedai kopi atau *Café* harus selalu inovatif untuk pelanggan yang sudah ada tetap bertahan dan menarik pelanggan baru. Dalam ketatnya bisnis saat ini, menjaga loyalitas pelanggan menjadi semakin sulit bagi bisnis karena persaingan yang ketat. Itu terjadi karena banyak konsumen yang semakin teliti, pintar, dan menuntut dalam memilih produk atau jasa yang akan mereka beli. Konsumen kelas menengah biasanya menikmati kopi di warung kopi, sementara konsumen kelas atas biasanya menikmati kopi di tempat yang dikenal sebagai coffee shop. *Coffee Shop* umumnya menetapkan harga yang tinggi namun menyediakan fasilitas dan konsep yang lebih baik bagi pelanggan dibandingkan warung kopi. *Coffee Shop* tidak hanya menyediakan berbagai varian kopi, tetapi juga menawarkan beragam menu lain seperti teh, minuman *Ice Blended*, serta berbagai jenis *Cake*. Maka dari itu, *Coffee Shop* harus memberi keunikan tersendiri dan fasilitas agar tercipta kenyamanan bagi pelanggan. Alasan peneliti tertarik untuk memilih penelitian tentang loyalitas pelanggan pada melaju *Café* dapat dilihat dari *Serviescape* yang ada di Melaju *Café*, Kualitas pelayanan pada Melaju *Café* dan harga terhadap produk yang ditawarkan dan didasari dari semakin banyaknya usaha yang sama dalam satu bidang pemasaran yaitu pemasaran kuliner jika dilihat dari persaingannya yang cukup ketat.

Melaju *Café* menjadi pusat perhatian tidak hanya karena kopi berkualitas tinggi mereka, tetapi juga karena pengalaman unik yang mereka tawarkan melalui desain interior yang menawan, suasana yang sejuk, dan perhatian terhadap detail. Ini menciptakan fenomena yang menarik dalam apa yang disebut sebagai "*Serviescape*", yaitu keseluruhan lingkungan fisik di mana layanan diberikan. Menurut Lovelock, 2010 dalam Slamis (2019) menyatakan "pengalaman fisik pelanggan dalam lingkungan layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap cara mereka memandang kualitas layanan dan seberapa puas mereka terhadap layanan tersebut terutama ketika layanan tersebut melibatkan interaksi manusia dan sentuhan tingkat tinggi". Desain interior *Café* yang menawan menciptakan atmosfer yang mengundang untuk berlama-lama. Penggunaan warna sejuk, pencahayaan yang lembut, dan dekorasi yang menarik memberikan kesan kedamaian dan kenyamanan bagi pelanggan. Hal ini membuat pelanggan merasa seperti di rumah dan membuat mereka kembali lagi untuk menikmati suasana yang menyenangkan. *Serviescape* yang dipelihara dengan baik di Melaju *Café* tidak hanya menciptakan pengalaman minum kopi yang memuaskan, tetapi juga menjadi fondasi untuk membangun loyalitas pelanggan yang kokoh. Fenomena ini mengilustrasikan betapa pentingnya lingkungan fisik dalam membentuk hubungan yang berkelanjutan antara bisnis dan pelanggan.

Alasan peneliti melakukan penelitian tentang *Serviescape* di Melaju *Café* karena peneliti ingin memahami pengaruh lingkungan fisik terhadap pengalaman pelanggan dan loyalitas mereka. *Serviescape* pernah dilakukan penelitian yang dilakukan oleh Elvi & Nora (2023) menunjukkan bahwa *Serviescape* berpengaruh

secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Adanya *Serviescape* dapat mengeksplorasi hubungan antara desain interior, layanan pelanggan, dan emosi pelanggan, peneliti dapat mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat jalinan hubungan antara *Café* dan pelanggan. Faktor *Sericescape* jadi pengaruh pelanggan dalam bertransaksi berulang dan bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Melaju *Café*.

Melaju *Café* menjadi sorotan tidak hanya karena kopi berkualitas tinggi mereka, tetapi juga karena komitmen mereka terhadap kualitas pelayanan yang luar biasa. Sehingga menciptakan pengalaman yang tak tergantikan bagi pelanggan, yang mengakibatkan reputasi yang kuat dan loyalitas yang tinggi. Menurut Lupiyoadi 2013 dalam Thung (2019) mengatakan bahwa Kemampuan suatu bisnis untuk menawarkan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan dan berhasil mempertahankan diri dari pesaing merupakan komponen kunci kualitas layanan, yang juga mempengaruhi tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan. kualitas pelayanan bisa ditentukan dengan membandingkan persepsi pelanggan dengan layanan aktual yang mereka terima dari penyedia tersebut. Kualitas pelayanan dipersepsikan memuaskan dan baik jika pelanggan merasa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, dengan itu kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, klien akan memandang rendahnya tingkat pelayanan jika mereka yakin bahwa perlakuan yang mereka terima tidak sesuai dengan harapan mereka.

Alasan peneliti tertarik meneliti tentang kualitas pelayanan di melaju *Café* dengan tujuan memahami pengaruhnya terhadap pengalaman pelanggan,

mengidentifikasi faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, menyelidiki peran kualitas pelayanan dalam keberhasilan bisnis, dan memberikan rekomendasi untuk peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan pernah dilakukan penelitian oleh Rini (2019) yang menegaskan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kualitas layanan sedangkan menurut Pradana (2018) Tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adanya kualitas pelayanan Melaju *Café*, urgensi positif muncul ketika pelanggan merasa terkesan dengan *responsivitas* dan efisiensi pelayanan, memicu kepuasan dan keinginan untuk kembali. Di sisi lain, urgensi negatif terjadi ketika pelanggan merasa pelayanan lambat, tidak responsif, atau kurang memuaskan, yang dapat mengurangi kepuasan dan loyalitas. Oleh karena itu, penting bagi *Café* untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka Untuk memastikan pengalaman positif bagi pelanggan dan membangun hubungan yang solid dengan komunitas mereka. Sehingga faktor kualitas pelayanan menjadi pengaruh dalam loyalitas pelanggan dan harga yang ditawarkan pada melaju *Café* menjadi pengaruh dalam loyalitas pelanggan.

Melaju *Café* menawarkan harga yang menarik, yang menggambarkan kombinasi unik antara nilai dan kualitas. Meskipun mungkin memiliki harga yang lebih tinggi daripada beberapa pesaingnya, pelanggan terus memilih melaju *Café* karena mereka menyadari bahwa harga yang ditawarkan sepadan dengan nilai yang mereka terima. menurut Kotler dan Amstrong 2012 dalam GofurAbdul, (2019) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa, atau nilai yang bersedia diberikan oleh pelanggan sebagai imbalan atas keuntungan

menggunakan atau memiliki barang tersebut. Harga yang ditawarkan di melaju *Café* menciptakan nilai tambah yang sepadan bagi pelanggan, meskipun mungkin sedikit lebih tinggi dari pesaingnya. pelanggan merasa bahwa kualitas produk yang superior dan pengalaman yang memuaskan membuat harga tersebut layak dibayar. Dengan demikian, harga yang ditawarkan di melaju *Café* tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, tetapi juga membantu membangun hubungan yang erat dan berkelanjutan dengan mereka.

Alasan peneliti tertarik meneliti harga pada melaju *Café* karena ingin memahami pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan, kaitan antara harga dan persepsi nilai, strategi harga untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, serta analisis persaingan harga dengan pesaing di pasar. Harga pernah dilakukan penelitian oleh Thungasal & Siagian (2019) (Harga memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan menurut Bulan (2016) berdampak negatif terhadap loyalitas pelanggan. Adanya harga pada melaju *Café* adalah karena harga memainkan peran kunci dalam pengambilan keputusan pembelian pelanggan dan mempengaruhi kinerja bisnis *Café* secara keseluruhan.

Beberapa variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain *Serviescape* yang ada pada melaju *Café*, kualitas pelayanan yang dijual melaju *Café* dan harga terhadap produk yang ditawarkan, sehingga memberikan daya tarik dan dengan semakin majunya *Café*, diharapkan mampu mendongkrak kepuasan pelanggan Dan dapat bersaing dengan pesaingnya yang lain yang Menawarkan produk serupa. Diharapkan dapat menarik pelanggan untuk kembali secara konsisten, yang

berkontribusi pada keuntungan yang signifikan bagi *Café* serta meningkatkan reputasi *Café* dari level medium menjadi *Café* kelas atas.

Berdasarkan observasi fenomena serta hasil penelitian sebelumnya, terdapat variasi dalam temuan mengenai *Serviescape*, kualitas pelayanan, dan harga, yang menjadi subjek menarik untuk penelitian lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Serviescape*, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada melaju *Café* Lumajang”.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti termotivasi untuk melanjutkan penelitian dengan memilih topik penelitian yang sesuai “Pengaruh *Serviescape*, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Melaju *Café* Lumajang”

1.2. Batasan masalah

Dari latar belakang di atas, peneliti mengkaji permasalahan dalam penelitian ini, adalah:

- a. Penelitian khusus untuk meneliti manajemen pemasaran.
- b. Penelitian ini meneliti tentang variabel independen yaitu *Serviescape*, kualitas pelayanan, dan harga sedangkan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan pada Melaju *Café* Lumajang.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah *Customer* dari Melaju *Café* Lumajang.

1.3. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, topik penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *Serviescape* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Melaju *Café* Lumajang ?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Melaju *Café* Lumajang ?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Melaju *Café* Lumajang ?

1.4. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan informasi di atas adalah:

- a. Untuk menguji dan menganalisis *Serviescape* terhadap keputusan pembelian pada Melaju *Café* Lumajang.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Melaju *Café* Lumajang.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Melaju *Café* Lumajang.

1.5. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membantu beberapa organisasi. Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada peneliti tentang manajemen pemasaran, khususnya berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas pelanggan di *Serviescape*.

- b. Manfaat praktis

- 1) Bagi ITB Widya Gama Lumajang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan tentang manajemen pemasaran kepada mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang, khususnya berkaitan dengan *Serviescape* (lingkungan fisik), kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

2) Bagi Pemilik Usaha

Bisa digunakan untuk meningkatkan bisnis *Melaju Café* Lumajang dan menarik lebih banyak pelanggan. Ini akan mendorong pemilik usaha untuk meningkatkan kinerja usahanya, terutama mengenai lokasi, kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas pelanggan.

3) Bagi Peneliti

Salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen strata 1 (S1) di ITB Widya Gama Lumajang adalah untuk meningkatkan pengetahuan peneliti tentang manajemen pemasaran dan menerapkan pengetahuan yang mereka pelajari di kelas.

4) Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan latar belakang ini, peneliti selanjutnya merasa termotivasi untuk melanjutkan penelitian mereka dan memilih topik yang sesuai.