

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang berkembang sangat pesat di Kabupaten Lumajang. Akibat perubahan gaya hidup masyarakat, bisnis dalam hal ini kafe semakin populer di kalangan masyarakat umum. Kafe telah menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat modern, terutama sebagai tempat untuk bersosialisasi, bersantai, dan bekerja. Tren ini berkembang seiring dengan meningkatnya preferensi gaya hidup yang menekankan pengalaman yang unik. Kondisi ini tentunya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis baru, termasuk kafe, yang pada akhirnya memicu persaingan yang semakin ketat. Setiap bisnis berupaya menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan, sehingga keberhasilan suatu bisnis bergantung pada kemampuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, bukan hanya karena produk apa yang mereka tawarkan.

Aktivitas perekonomian yang sangat dominan dilakukan oleh masyarakat saat ini adalah perdagangan, yang mencakup penjualan barang dan jasa terus-menerus dengan tujuan peralihan hak milik atau pemberian hak pakai serta penerimaan imbalan atau kompensasi. Untuk menghadapi persaingan yang semakin pesat, pemilik bisnis kafe harus lebih inovatif dan kreatif dalam segala hal. Oleh karena itu, dengan semakin banyaknya pesaing di industri kuliner, perusahaan harus memastikan bahwa kehadirannya harus memenuhi harapan konsumen dan memenangkan persaingan.

Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor kunci dalam dunia bisnis untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, loyalitas sangat penting dalam proses bisnis untuk mengetahui keberadaan layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan, sehingga konsumen yang setia dapat berusaha lebih keras untuk membeli produk yang sama dan berbeda secara berkelanjutan. Dalam industri kuliner, khususnya kafe, berbagai faktor dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, termasuk kualitas produk, harga yang kompetitif, dan kualitas pelayanan.

Kafe Goatzilla Farm Lumajang, yang dimiliki oleh bapak Luthfi Andi Zulkarnain, terletak di Jl.B29 No.29 RT.01 RW.06, Dsn.Wonorejo, Kelurahan Kandang Tepus, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang. Kafe ini mengusung konsep unik berbasis alam dan peternakan, memadukan kesegaran alam pedesaan di wilayah Senduro dengan membuat produk lokal yang berkualitas. Beberapa ulasan pelanggan di Kafe Goatzilla Farm Lumajang menunjukkan fenomena ini bahwa sebagian besar pelanggan sangat menyukai suasana kafe dan produk yang baik, seperti menu susu segar khas mereka. Kafe Goatzilla Farm Lumajang berhasil menarik perhatian masyarakat terutama pecinta kuliner yang mencari pengalaman baru. Salah satu hal yang wajib dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah menjaga pelanggan yang sudah ada dan terus mendapatkan pelanggan baru. Karena bisnis Kafe ini semakin populer, menjaga kesetiaan pelanggan di tengah persaingan yang sangat ketat menjadi tantangan yang harus dihadapi. Loyalitas pelanggan yang tinggi menyebabkan rekomendasi yang positif dan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Bisnis sangat bergantung pada loyalitas pelanggan karena pelanggan yang lebih setia akan menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan dan memastikan keberhasilan jangka panjang. Menurut (Taufiq, 2019:15) mendefinisikan bahwa perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba (Pasal:1(b)). Menurut pandangan Kotler dan Keller (2009:138), loyalitas pelanggan tercermin sebagai ikatan batin yang kuat terhadap suatu merek, yang mendorong mereka untuk secara konsisten melakukan pembelian ulang atau terus memanfaatkan layanan tertentu di masa depan, walaupun ada berbagai strategi promosi dari kompetitor yang berusaha menggoyahkan pilihan mereka. Para pelaku usaha, khususnya bisnis kafe yang menjual makanan dan minuman, harus memberikan produk terbaik bagi pelanggan agar mereka setia membeli produk. Dengan memahami kebutuhan pelanggan, memberikan pengalaman positif, dan memberikan produk berkualitas, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, mendorong pertumbuhan bisnis, dan meningkatkan loyalitas. Interaksi terus-menerus antara pelanggan dan perusahaan menentukan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang setia memiliki makna yang sangat besar bagi perusahaan karena menunjukkan besarnya profitabilitas yang diperoleh. Pelanggan yang setia juga dapat menjadi mitra dalam pembuatan produk baru, dan sikap setia pelanggan dengan melakukan pembelian berulang menunjukkan bahwa pelanggan percaya pada produk dan layanan yang diberikan. Diharapkan strategi pemasaran yang digunakan oleh sebuah usaha kafe

dapat memaksimalkan potensi pelanggan dengan mempertimbangkan kualitas produk, harga dan layanan yang diberikan.

Salah satu faktor utama yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan atau keputusan pelanggan untuk kembali adalah kualitas produk. Produk berkualitas tinggi, baik dari segi rasa, kesegaran bahan, maupun penyajian, akan mampu membuat pelanggan puas dan membuat pelanggan kembali. Berhubungan dengan konsep produk, Kualitas produk merepresentasikan sejauh mana produsen memahami potensi yang dapat mereka berikan guna mewujudkan sasaran organisasi, dengan cara memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen secara selaras dengan kapabilitas internal perusahaan serta kondisi daya beli pasar yang ada. Berdasarkan pandangan Garvin yang dikutip dalam karya (Hadya Rizka, Sutardjo Agus, 2021), kualitas suatu produk tersusun atas delapan aspek utama, yakni performa kerja, kelengkapan fitur, tingkat keandalan, kesesuaian terhadap standar, ketahanan masa pakai, kemudahan dalam perawatan, nilai keindahan visual, serta persepsi umum terhadap mutu produk tersebut. Kualitas produk yang konsisten dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk atau merek yang dapat menghasilkan pelanggan yang lebih loyal terhadap suatu bisnis. Kualitas makanan dan minuman yang disajikan di Kafe Goatzilla Farm Lumajang sangat penting untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas produk memiliki keunggulan dalam persaingan bisnis karena dapat memenuhi keinginan pelanggan. Konsumen selalu mencari produk yang memiliki kualitas yang sesuai dengan spesifikasinya, dan kualitas produk berdampak besar pada loyalitas pelanggan.

Selain itu, harga juga merupakan komponen yang penting untuk memengaruhi loyalitas pelanggan karena setiap harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan berdampak pada tingkat permintaan terhadap produk tertentu. Harga yang sesuai dengan persepsi pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam proses pembelian, pelanggan selalu mempertimbangkan harga sebagai bagian dari bauran pemasaran. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian pelanggan. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli, pelanggan akan memilih barang atau jasa tersebut. (Zai & Christiani, 2023) menemukan bahwa loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan jika harga produk sesuai dengan nilainya, terutama dalam bisnis kafe yang berfokus pada pengalaman pelanggan. Dalam jurnal tersebut, Septiani juga menekankan betapa pentingnya transparansi harga untuk memelihara loyalitas pelanggan di tengah dinamika persaingan pasar yang semakin kompetitif. Harga produk juga dapat menunjukkan kualitasnya, menurut Kotler (2015), elemen harga mencakup aspek keterjangkauan oleh konsumen, keselarasan antara harga dan mutu produk, tingkat kompetitif harga di tengah pasar, serta kesepadan harga dengan nilai atau manfaat yang diperoleh. Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jika keuntungan yang diterimanya lebih besar atau sebanding dengan harganya. ini karena mereka kadang-kadang mengabaikan harga dan lebih mementingkan manfaatnya sehingga menciptakan loyalitas pelanggan.

Penting untuk dipahami bahwa selain mutu produk dan harga yang ditawarkan, kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka turut dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Pelayanan yang optimal mampu membangkitkan

ketertarikan pelanggan untuk melakukan pembelian atas barang maupun jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono,2019). Kualitas pelayanan yang tinggi adalah salah satu yang diharapkan oleh pelanggan perusahaan. Sebagian besar pelanggan tidak lagi bersedia menerima dan mentoleransi kinerja yang buruk, sehingga akan ada hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan melibatkan proses yang mencakup kecepatan, ketepatan sikap dan empati dari pihak penyedia jasa kepada pelanggan. Apakah hal yang diharapkan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan rasa nyaman kepada konsumen sehingga meningkatkan keloyalan konsumen terhadap pelaku usaha. Menurut Zeithaml dan Bitner (2003:81) menjelaskan bahwa loyalitas dan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan untuk mempertahankan konsumen yang loyal, penilaian konsumen bergantung pada kualitas dari produk dan jasa yang ditawarkan.

Beberapa penelitian tentang kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan oleh (Laksana & Hirawati, 2022) dalam studinya Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Larissa Aesthetic cabang Magelang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Siantry *et al.*, 2024) dalam studinya Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas

Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama. Temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa secara bersama-sama, variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang bermakna secara statistik terhadap tingkat Loyalitas Pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dotulong *et al.*, 2023) dengan judul Pengaruh Kualitas produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop di Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di online shop Rocketstore.id, meskipun demikian, kualitas produk terbukti tidak memiliki pengaruh positif yang berarti terhadap tingkat loyalitas pelanggan.

Pembahasan di atas agar penelitian ini tidak meluas dan tepat sasaran, maka diperlukan batasan masalah dalam penelitian ini adalah bidang penelitian dalam manajemen pemasaran mengkaji hubungan antara kualitas produk, harga serta kualitas pelayanan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung atau yang membeli produk lebih dari satu kali ke kafe Goatzilla Farm Lumajang.

Atas dasar pemaparan tersebut, peneliti memandang perlu untuk melakukan kajian lebih lanjut dengan judul penelitian sebagai berikut **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Goatzilla Farm Lumajang”**.

## 1.2 Batasan Masalah

Memudahkan pembahasan dan agar permasalahan dalam penelitian ini tidak berkembang terlalu luas dan lebih berfokus pada satu permasalahan yang diteliti, maka batasan masalah dalam penelitian antara lain berkaitan dengan :

- a. Penelitian ini termasuk Manajemen Pemasaran khususnya kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.
- b. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli pada Kafe Goatzilla Farm Lumajang.
- c. Tempat penelitian ini dilakukan di Kafe Goatzilla Farm Lumajang.

## 1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada penjabaran latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan utama dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Goatzilla Farm Lumajang?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Goatzilla Farm Lumajang?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Goatzilla Farm Lumajang?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian memiliki beberapa tujuan untuk dicapai dan konsisten dengan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Goatzilla Farm Lumajang.
- b. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harga yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Goatzilla Farm Lumajang.
- c. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Goatzilla Farm Lumajang.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah di kemukakan di atas, penulis berharap penelitian ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini:

- a. Manfaat Teoritis
  - 1) Menambah wawasan dan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
  - 2) Memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan literatur akademik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks bisnis kafe.
  - 3) Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa dengan lokasi atau konteks yang berbeda.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi pengelola Cafe Goatzilla Farm Lumajang

Penelitian ini memberikan informasi yang berguna bagi pengelola kafe dalam memahami pentingnya kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan untuk menyusun strategi pemasaran dan operasional yang lebih efektif.

2) Bagi pelanggan

Dengan adanya peningkatan kualitas produk, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang lebih baik, pelanggan dapat merasakan pengalaman yang lebih memuaskan saat berkunjung ke Cafe Goatzilla Farm Lumajang.

3) Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan sumber pengetahuan bagi peneliti berikutnya dalam mengembangkan dan menyempurnakan penelitian di bidang yang sama.