

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi menyebabkan persaingan yang semakin ketat yang diakibatkan oleh meningkatnya persaingan bisnis di Indonesia. Semakin pesatnya persaingan bisnis menuntut berbagai perusahaan untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis dengan tujuan mencapai target yang telah direncanakan agar perusahaan terlihat lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan pesaing (Sulistyan & Paramita, 2021). 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. Hariyono (2024) 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.

Saat ini konsumen memiliki banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman, banyaknya bisnis kuliner baru yang muncul menghasilkan persaingan yang sangat ketat. Konsumen sangat pemilih dalam memilih produk yang diinginkan, sehingga pelaku usaha 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.

Terapat beberapa cafe rekomended yang ada di Kabupaten Lumajang yang dapat dilihat pada tabel 1.1 :

Tabel 1.1 Rekomendasi Cafe Hits di Lumajang

No.	Nama Cafe	Lokasi	Rating
1.	Senduro <i>Coffe</i>	Dusun Krajan, Desa Kandangtepus, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur	4,6
2.	Real Cafe	Jalan Gatot Subroto, Desa Kaliboto Lor, Kecamatan Jatiroto, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur.	4,2
3.	Bale Kopi Gucialit	Dusun Sidomakmur, Desa Pule, Kecamatan Gucialit, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur	4,7
4.	Omah Kayoe Cafe & Resto	Dusun Krajan, Desa Sumberurip, Kecamatan Pronojiwo, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur.	4,6
5.	Black Semeru <i>Coffe</i>	Dusun Sumberduren, Desa Sumberejo, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur	4,6

Sumber : IDN TIMES

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa salah satu *Coffee shop* yang direkomendasikan dan terkenal di Kabupaten Lumajang ialah Senduro *Coffe* yang terletak di Desa Kandangtepus Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Senduro *Coffe* menyajikan suasana nongkrong dengan nuansa alam dan suasana sejuk yang terletak di dataran tinggi dibawah kaki gunung semeru. Senduro *Coffe* menyediakan berbagai pilihan makanan seperti roti bakar, tahu walik dan pasta, serta berbagai

pilihan minuman seperti susu, es, dan aneka kopi. Senduro *coffe* juga menyediakan kopi khas lereng semeru yang memiliki cita rasa nikmat bagi para pecinta kopi.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari penilaian pelanggan pada aplikasi *google maps*, mayoritas pelanggan merasa puas setelah berkunjung ke “Senduro *Coffe*” yang dapat dilihat dari banyaknya penilaian bintang 5 dan memberikan ulasan komentar positif. Namun terdapat pula beberapa komentar yang berisi kritik dan saran yang harus diperhatikan oleh Senduro *Coffe*. Terdapat beberapa poin kritik antara lain : kritik yang mengatakan bahwa terdapat beberapa makanan yang memiliki rasa pedas dan pelayan tidak memberitahukan kepada pelanggan. Selain itu terdapat pula komentar mengenai terdapat gelas retak yang disajikan kepada pelanggan. Maka dengan semua permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan, Senduro *Coffe* harus melakukan evaluasi terhadap semua hal yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Priansa (2016:215) mengemukakan loyalitas pelanggan merupakan keputusan secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Sementara itu Lestari (2018) mengungkapkan dalam jangka panjang loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategis, selain itu juga dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan, yaitu berbagai keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ialah strategi pemasaran. Nasruddin (2021:19) Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang menjual produk sejenis, maka manajemen perusahaan harus mampu mengelola perusahaannya dengan baik, supaya konsumen atau pelanggan

tidak beralih kepada perusahaan lain dan melakukan pembelian ulang secara terus menerus. Untuk itu perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik agar konsumen yang ada menjadi loyal dan tidak beralih ke perusahaan lain. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci meraih tujuan perusahaan adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi pemasaran yang digunakan dapat memandu para manajer ataupun pemilik perusahaan dalam melakukan taktik dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan tujuan perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mardiana (2016) menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sumadi (2021) menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardiana (2016) dan Sumadi (2021) menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan harga yang ditawarkan juga mampu bersaing dengan kompetitor sehingga strategi pemasaran yang diterapkan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ialah lokasi. Pada dasarnya lokasi untuk semua usaha pabrik dan jasa merupakan hal yang penting karena berkaitan langsung dengan efisiensi dan efektivitas bisnis. Ariandi (2018) mengemukakan lokasi menjadi salah satu faktor keunggulan dalam bersaing dengan bisnis lainnya sehingga lokasi yang akan digunakan memiliki nilai strategis bagi

kelangsungan suatu usaha. Selain itu lokasi yang dipilih sebaiknya mudah dalam mencapai pasar atau dicapai oleh pelanggannya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari (2018) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan lokasi yang ada sudah cukup strategis namun perlu adanya perluasan tempat parkir agar mampu menampung banyak kendaraan roda 2 atau roda 4. Penelitian lain dilakukan oleh Ariandi (2018) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil riset menunjukkan meskipun lokasi restoran cukup strategi dan memiliki tempat parkir yang cukup luas, namun papan nama restoran kurang terlihat dengan jelas dari seberang jalan sehingga pelanggan baru sulit untuk menemukan lokasi restoran.

Selain strategi pemasaran dan lokasi, inovasi produk juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Produk atau layanan yang dianggap baru oleh konsumen dianggap sebagai inovasi. Sederhananya, inovasi dapat didefinisikan sebagai terobosan terkait produk. Ananta (2023) Inovasi melampaui penciptaan layanan atau produk baru. Metode dan cara berpikir baru dalam bisnis juga merupakan contoh inovasi. Inovasi juga dipandang sebagai sarana dimana bisnis dapat beradaptasi dengan lingkungan yang berubah. Akibatnya, diperkirakan bahwa bisnis akan mengembangkan konsep dan konsep baru yang akan memberi pelanggan layanan yang memuaskan dan produk inovatif. Inovasi memiliki signifikansi yang berkembang tidak hanya sebagai alat untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan tetapi juga sebagai keunggulan kompetitif.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuliza (2017) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian lain dilakukan oleh Aryoni (2019) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Lokasi dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Senduro *Coffe*”.

1.2 Batasan Masalah

Mengingat permasalahan-permasalahan yang ada cukup luas dan perlu dilakukannya penelitian secara mendalam, maka pendekatan pemecahan masalah penelitian ini mereduksi pada permasalahan-permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini. Maka batasan masalahnya adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran, lokasi dan inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Responden peneliti ini adalah pelanggan yang membeli makanan atau minuman di Senduro *Coffe* Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Senduro *Coffe* Lumajang ?
2. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Senduro *Coffe* Lumajang ?

3. Apakah inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Senduro *Coffe* Lumajang ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui dan menguji apakah strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Senduro *Coffe* Lumajang.
2. Untuk mengetahui dan menguji apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Senduro *Coffe* Lumajang.
3. Untuk mengetahui dan menguji apakah inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Senduro *Coffe* Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kegunaan, antara lain :

- a. Manfaat teoritis

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran terutama dalam menguji teori strategi pemasaran, lokasi, inovasi produk dan loyalitas pelanggan sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak penelitian sebelumnya.

- b. Manfaat praktis

- 1) Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi kalangan akademis dalam penelitian-penelitian berikutnya yang relevan serta diharapkan dapat

diperbaiki dan di sempurnakan kelemahan-kelemahan yang muncul dalam penelitian ini pada penelitian berikutnya.

2) Bagi Senduro *Coffe*

Merupakan masukan dalam meningkatkan dan mempertahankan strategi pemasaran, lokasi dan inovasi produk serta sebagai bahan evaluasi obyektif untuk mengambil kebijakan dan strategi oleh pihak Senduro *Coffe* di masa mendatang.

