

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beragamnya jenis kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk dan jasa yang sejalan dengan berkembangnya zaman, membuat persaingan antar bisnis menjadi semakin pesat sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan bersaing. Seiring berkembangnya IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) tentu banyak melahirkan inovasi mulai dari usaha kecil sampai usaha yang besar.

Dalam industri ritel makanan khususnya toko kue, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan memegang peranan penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Pelayanan yang berkualitas tinggi dan penanganan keluhan yang efektif dapat membuat konsumen merasa dihargai dan diapresiasi, sehingga meningkatkan loyalitas mereka.

Keuntungan dan pertumbuhan usaha menjadi dorongan yang mendasar yang berasal dari loyalitas konsumen. Loyalitas merupakan sebuah hasil yang secara langsung diperoleh dari kepuasan konsumen (Woen & Santoso, 2021). Loyalitas konsumen terbentuk dari pengalaman konsumen melalui pembelian produk, ketika konsumen loyal, mereka dapat merasa puas dengan layanan yang diberikan atau produk yang dibeli, karena layanan atau produk tersebut sesuai harapan, sehingga mereka akan menjadi pelanggan di masa mendatang. Sedangkan (Sandi et al., 2023)

loyalitas adalah kesetiaan pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang kali terhadap produk yang ditawarkan perusahaan, loyalitas konsumen penting bagi bisnis karena hubungan baik dengan konsumen dapat membuat bisnis anda bertahan lama dan kuat. Mengembangkan bisnis memang tidak mudah, apalagi jika anda menjadi pengusaha sejati, cobalah untuk fokus pada kesetiaan atau loyalitas konsumen.

Menurut (Herlozi et al., 2024) loyalitas konsumen adalah dicerminkan dari niatan perilaku (*intended behavior*) mengenai produk dan jasa layanan. Niatan perilaku yang dimaksud disini adalah adanya kemungkinan konsumen melakukan pembelian atau pemakaian jasa layanan kembali, sehingga nantinya dapat diketahui jika konsumen tersebut memiliki loyalitas terhadap perusahaan. Menurut (Ramanta et al., 2021) loyalitas konsumen adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau melindungi kembali produk atau layanan yang disukai dimasa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan peralihan perilaku. Loyalitas konsumen menjadi salah satu faktor penting terhadap kelangsungan perkembangan perusahaan dan meningkatkan penjualan perusahaan, usaha untuk mencari konsumen yang loyal tidak bisa dilakukan secara sekaligus tetapi dengan beberapa tahapan oleh karena itu sebagai penjual kita harus bisa menjaga kualitas pelayanan dan penanganan keluhan yang baik dari konsumen demi kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa loyalitas timbul karena adanya kepuasan terhadap suatu merek tertentu yang memenuhi kriteria yang diinginkan dan akan melakukan pembelian terus menerus.

Bisnis makanan atau dalam bidang *food and beverages* menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Jadi, dimanapun dan kapanpun masyarakat akan membutuhkan makanan sebagai sumber pokok kehidupan. Selain faktor yang menguntungkan dari bisnis makanan, faktor lain juga mendorong pengusaha menggeluti bisnis makanan adalah terjadinya pergeseran pola hidup masyarakat dimana sudah mulai terbuka dan sudah mulai terbiasa untuk makan di luar rumah, karena selain efisiensi juga dijadikan sarana refreshing baik bersama keluarga maupun kerabat.

Dalam hal ini usaha yang banyak diminati masyarakat adalah Toko Kue. Berdasarkan data statistik yang dikeluarkan oleh Kementrian Pertanian 2017, konsumsi produk kue mencapai kenaikan presentase hampir 100% setiap tahunnya, disusul oleh produk lainnya seperti kue kering, macam-macam roti dan cakes. Dilihat dari sumber tersebut bahwa usaha roti dan cake mampu mengalahkan usaha kuliner lainnya. Hal ini mungkin disebabkan karena usaha roti dapat dengan mudah memberikan kepuasan pada konsumen, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara efektivitas yang dirasakan dari suatu produk atau hasil dengan harapan-harapannya terhadap tindakan konsumen. Beberapa faktor yang mendorong kepuasan konsumen diantaranya dilihat dari segi harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan (Rambe et al., 2024).

Faktor tersebut menjadi visi misi dari Toko kue Macademia Kitchen yang merupakan salah satu usaha kuliner dari banyaknya Toko Kue lainnya yang berada di

Padang. Salah satu strategi yang digunakan Toko Kue macademia kitchen ini adalah dengan memasuki dunia bisnis berbasis online, seperti bergabung dengan *e-commerce* dan social media seperti instagram dan tik-tok, macademia kitchen juga memakai jasa influencer marketing. Toko Kue macademia kitchen ini sendiri sudah didirikan sejak tahun 2018, akun instagram Toko Macademia Kitchen sendiri @macademia.Kitchen dengan jumlah followers instagram 63.5 rb Toko ini menjual berbagai macam Aneka kue yang viral seperti menu andalannya adalah lapis legit ada aneka bolu dan hantaran, snackbox untuk acara-acara kantor, ada aneka kue kering yang dijual ketika hari-hari besar seperti hari natal, imlek dan idul fitri serta cake ulang tahun dan aneka kue lainnya. Pemilik Toko Macademia kitchen bernama Martha sari dewi. Waktu operasional Toko Macademia kitchen ini dari pukul 08.00 AM sampai pukul 22.00PM. Toko Kue macademia kitchen beralamat di kampung Nias VIII kec Padang Selatan, toko kue berada di dalam gang rumah, sangat jauh dari keramaian walaupun begitu toko macademia kitchen sudah sangat terkenal dengan kualitas rasa nya yang enak, kue terlengkap dan harga yang sangat terjangkau. Namun tentunya tetap ada banyak persaingan di dalam dunia bisnis dan konsumen sendiri pasti memutuskan untuk membeli suatu produk tersebut.

Toko Kue Macademia Kitchen, sebagai salah satu toko kue terviral di kota padang tentu menyadari pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas dan menangani keluhan konsumen dengan baik. Namun, dalam praktiknya, masih terdapat kemungkinan adanya kekurangan atau masalah dalam pelayanan atau penanganan keluhan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Tabel 1.1
Data penjualan dan jumlah transaksi Toko kue macademia kitchen
Periode 2023

NO	Bulan	Data Penjualan	Jumlah Transaksi	Presentase pertumbuhan
1	Januari	Rp 91,891,500	510	-
2	Februari	Rp 97,004,500	612	5.56%
3	Maret	Rp 203,896,000	800	110.19%
4	April	Rp 433,495,000	1628	112.61%
5	Mei	Rp 140,443,000	934	-67.60%
6	Juni	Rp 183,073,000	1169	30.35%
7	Juli	Rp 132,641,000	835	-27.55%
8	Agustus	Rp 100,348,000	613	24.35%
9	September	Rp 108,956,500	634	8.58%
10	Oktober	Rp 90,002,000	545	-17.39%
11	November	Rp 101,309,700	600	12.56%
12	Desember	Rp 136,557,000	712	34.79%

Sumber:admin toko kue macademia kitchen

Berdasarkan pada Tabel 1.1 diatas memperlihatkan bahwa data penjualan mengalami perkembangan yang fluktuasi setiap bulannya.yang dimana bulan januari 2023 data penjualan Rp 91,891,500.pada bulan februari Rp 97,004,500 dengan jumlah persentase 5.56% pada bulan maret dan april terjadinya kenaikan data penjualan di karenakan hari besar idul fitri yaitu pada bulan maret Rp203,896,000 dengan persentase 110,19% dan bulan april Rp 433,495,000 dengan jumlah persentase 112,61% pada bulan mei Rp 140,443,000 dengan persentase -67.60% pada bulan juni Rp 183,073,000 dengan persentase 30.35% pada bulan juli Rp 132,641,000 dengan persentase -27.55% pada bulan agustus Rp 100,348,000 dengan persentase 24.35% pada bulan September Rp 108,956,500 dengan persentase 8.58% pada bulan

oktober Rp 90,002,000 dengan persentase -17.39% pada bulan November Rp 101,309,700 dengan persentase 12.56% dan pada bulan desember Rp 136,557,000 dengan persentase 34.79%. Pada bulan maret dan April terjadi kenaikan penjualan pada toko kue macademia kitchen dikarenakan menyambut idul fitri yang pasti banyak pelanggan mempercayakan produk macademia kitchen sebagai menu santapan di hari besar.

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat loyalitas konsumen belum optimal dan terjadinya gejala fruktatif yang disebabkan oleh kualitas pelayanan, penanganan keluhan serta efeknya kepuasan yang di tawarkan.

Menurut (Fatonah & Palupi, 2020) kualitas pelayanan adalah salah satu faktor terpenting dalam menciptakan kepuasan konsumen di berbagai sektor industri. Dalam konteks bisnis yang semakin kompetitif saat ini, perusahaan tidak hanya dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas, tetapi juga untuk memberikan pelayanan yang memadai untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Mentang et al., 2021), dengan memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama dalam perhatian bagi toko kue macademia kitchen agar bisa bersaing dan menciptakan kepuasan konsumen dalam meningkatkan volume penjualan.

Penanganan keluhan menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga hubungan baik antara pelanggan dan perusahaan. Penanganan keluhan yang baik juga memberikan kontribusi dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan dan bisa meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan, menghindari citra negatif terhadap perusahaan dan memberikan masukan yang positif bagi perusahaan agar lebih tanggap dalam menangani keluhan atau komplain dan juga untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara tepat dan efektif. Menurut (Yessy, 2020), terdapat empat aspek penanganan keluhan yang penting yaitu empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan, kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya.

Penanganan keluhan yang efektif juga berfungsi sebagai alat untuk memperbaiki citra perusahaan. Dalam banyak kasus, konsumen yang merasa keluhannya ditanggapi dengan serius dan diberi solusi yang memuaskan akan merasa lebih dihargai dan dapat lebih loyal kepada perusahaan. Sebaliknya, jika keluhan dibiarkan atau ditangani dengan cara yang tidak memadai, maka konsumen tidak hanya akan merasa kecewa tetapi juga berpotensi untuk berpindah ke pesaing. Penelitian oleh (Widiastuti, 2024) menunjukkan bahwa keluhan yang ditangani dengan baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang berperan langsung pada pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan

Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang berupa puas atau tidak puas terhadap suatu produk atau jasa yang diterima. Pelayanan yang baik akan mampu memuaskan konsumen. Konsumen yang puas akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain tentang pengalaman baik mereka, konsumen yang tidak puas sering berganti ke pesaing dan menjelek-jelekkan produk yang mereka beli kepada orang lain (Rambe et al., 2024).

Kepuasan konsumen telah menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan, karena kepuasan yang tinggi tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga berpotensi mendorong perilaku positif seperti pembelian ulang, *word-of-mouth*, dan rekomendasi kepada orang lain. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pemahaman tentang kepuasan konsumen pun terus berkembang. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami dan mengelola faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen agar dapat mempertahankan daya saing di pasar.

Menurut (Zaini, 2022) kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi dengan baik. Kepuasan konsumen adalah kunci dalam membuat konsumen loyal. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi dan perasaan yang puas setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk dan jasa. Kepuasan konsumen adalah level kepuasan yang dapat dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau jasa setelah

membandingkan dengan apa yang diharapkan artinya konsumen akan merasa puas kalau apa yang mereka dapatkan melebihi dari apa yang mereka harapkan dari produk tersebut. Bagi sebuah perusahaan mencermati dan memperhatikan bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen menjadi kunci bagi ektesitas bisnisnya. Perusahaan yang mendapatkan tingkat kepuasan tinggi pada pelanggannya pada akan lebih unggul dari kompetitornya. Namun perusahaan tidak boleh berpuas diri dalam level itu saja karena bisa kompetitor mengungguli anda sewaktu waktu. Perusahaan juga harus mampu menjaga stabilitas kepuasaan pada pelanggan agar levelnya tetap tinggi.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan (Khoiri & Adityawarman, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Penelitian yang dilakukan (Asti & Ayuningtyas, 2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kemudian hasil dari penelitian (Khoiri, 2021) yang menyatakan bahwa Penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. penelitian yang dilakukan (Santoso, 2019) yang menyatakan bahwa Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Toko Kue Macademia Kitchen dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan, sehingga dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen yang lebih

tinggi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya literatur dan menjadi referensi bagi penelitian lain yang terkait dengan topik serupa.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kue Macademia Kitchen.”**

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Penanganan keluhan yang masih kurang bagus akan berpengaruh pada loyalitas konsumen.
2. Banyaknya konsumen beralih kepada kompetitor lain karena dinilai lebih baik sehingga akan mengakibatkan menurunnya loyalitas konsumen pada toko kue macademia kitchen.
3. Terjadinya fluktuasi penjualan ini menandakan kurangpuasnya konsumen terhadap toko kue macademia kitchen.
4. Kualitas pelayanan yang masih kurang akan berpengaruh pada loyalitas konsumen pada toko kue macademia kitchen.
5. Lokasi yang kurang strategis dan tempat parkir yang kurang memadai akan berdampak pada loyalitas pada toko kue macademia kitchen.

6. Penurunan rating penilaian pada aplikasi gofood akan membuat keraguan pada konsumen dan menyebabkan menurunnya loyalitas pada toko kue macademia kitchen.
7. Ketidaksesuaian antara ekspektasi produk dengan yang aslinya sehingga membuat keluhan pada konsumen dan akan menurunnya loyalitas pada toko kue macademia kitchen.
8. Citra dari Toko kue macademia kitchen menurun karena kekecewaan konsumen terhadap kualitas produk yang dihasilkan yang menyebabkan penurunan loyalitas konsumen.
9. Harga yang cukup tinggi bagi golongan menengah ke bawah sehingga akan mempengaruhi penjualan pada toko kue macademia kitchen.
10. Foto kue yang disajikan di media instagram tidak menarik sehingga akan menyebabkan keraguan akan membeli produk pada toko kue macademia kitchen.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan agar penelitian ini terfokus dan terarah, maka penulis perlu membatasi masalah yang diteliti sebagai variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), penanganan keluhan (X2) sebagai variabel terikatnya yaitu Loyalitas konsumen (Y) dan Kepuasan konsumen (Z) sebagai variabel intervening pada toko kue macademia kitchen .

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan di atas, Maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada toko kue macademia kitchen?
2. Bagaimana pengaruh penanganan keluhan terhadap Kepuasan konsumen pada toko kue macademia kitchen?
3. Bagaimana pengaruh kualitas Pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada toko kue macademia kitchen?
4. Bagaimana pengaruh penanganan Pelayanan terhadap Loyalitas kosumen pada toko kue macademia kitchen?
5. Bagaimana pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas konsumen pada toko kue macademia kitchen?
6. Bagaimana pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada toko kue macademia kitchen?
7. Bagaimana pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada toko kue macademia kitchen?

1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka penelitian bertujuan untuk sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada toko kue macademia kitchen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan konsumen pada toko kue macademia kitchen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada toko kue macademia kitchen.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pada toko kue macademia kitchen.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada toko kue macademia kitchen.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada toko kue macademia kitchen.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh penanganan keluhan dan loyalitas konsumen secara bersama- sama terhadap kepuasan konsumen pada toko kue macademia kitchen.

1.5.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan pemasaran juga sebagai bahan pertimbangan untuk pemilik toko dalam pengambilan keputusan untuk tercapainya tujuan perusahaan.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi ilmu pengetahuan yang akan datang dan dapat menjadi sumber referensi bagi yang membutuhkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian selanjutnya, selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.