

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis dari hari ke hari semakin meningkat menyebabkan dunia bisnis berkembang sangat cepat sehingga menciptakan persaingan bisnis yang sangat ketat. Salah satu bisnis yang berkembang cepat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis kuliner, baik itu jenis kuliner yang berorientasi pada makanan maupun kuliner yang berorientasi pada minuman. Persaingan yang semakin ketat ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga yang beraneka ragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang tepat dan dapat menarik para pelanggan untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi agar pelanggan merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli.

Loyalitas merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dan menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Kotler dan Keller (Familiar and Matfukah 2015) Loyalitas merupakan satu-satunya nilai yang diciptakan perusahaan dengan membangun nilai yang berasal dari pelanggan yang merupakan semua nilai perusahaan dengan membangun nilai yang berasal dari pelanggan yang merupakan semua nilai perusahaan sekarang dan dimasadepan.

Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan.

Griffin (Familiar and Matfukah 2015) menyatakan, bahwa seseorang yang merupakan pelanggan yang loyal, akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pelanggan tetap yang menggunakan produk secara terus-menerus dari waktu ke waktu, sehingga diperlukan kualitas perusahaan untuk tetap menjaga pelanggan agar tetap loyal. Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan lebih cenderung mempengaruhi sikap pelanggan. Sedangkan konsep loyalitas lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya.

Menurut Kotler and Keller (Familiar and Matfukah 2015) loyalitas merupakan satu-satunya yang diciptakan perusahaan dengan membangun nilai yang berasal dari pelanggan yang merupakan semua nilai perusahaan sekarang dan dimasa depan. Dalam jurnal yang diteliti oleh Siti ainul Hidayah, R.A.E.P Apriliani mencantumkan bahwa Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap Industri jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas merupakan syarat utama diterimanya produk di pasar.

Menurut Kotler and Armstrong (Shartykarini, Firdaus, and Rusniati 2016) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas,

ketetapan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Strategi penetapan harga yang terjangkau dan bisa diterima oleh semua pelanggan harus dilakukan agar mampu menarik minat pelanggan karena harga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan awal pelanggan sebelum melakukan pembelian. Harga memiliki peranan yang penting untuk mendorong kepuasan pelanggan karena harga menjadi salah satu dari lima driver utama yang menjadi penentu kepuasan pelanggan. Menurut Buchari Alma (Shartykarini, Firdaus, and Rusniati 2016) harga adalah suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Kotler (Shartykarini, Firdaus, and Rusniati 2016), mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Menurut Ali Hasan (Gofur 2019) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Di era saat ini, banyak sekali café-café yang beridiri di Bukittinggi. Hampir setiap sudut jalan di Bukittinggi terdapat café baik yang berbentuk sederhana maupun café yang besar, terus tumbuhnya industri café di Bukittinggi selain didorong oleh perkembangan ekonomi masyarakatnya dan para pendatang baik itu wisatawan atau pelajar. Kota Bukittinggi yang terkenal sebagai kota wisata, selain potensi wisata alamnya yang terus berkembang, pertumbuhan kuliner juga terus bertumbuh. Bukittinggi adalah salah satu kota yang memiliki peningkatan jumlah pendatang yang pesat. Peningkatan jumlah pelanggan sebagian besar merupakan anak-anak muda yang

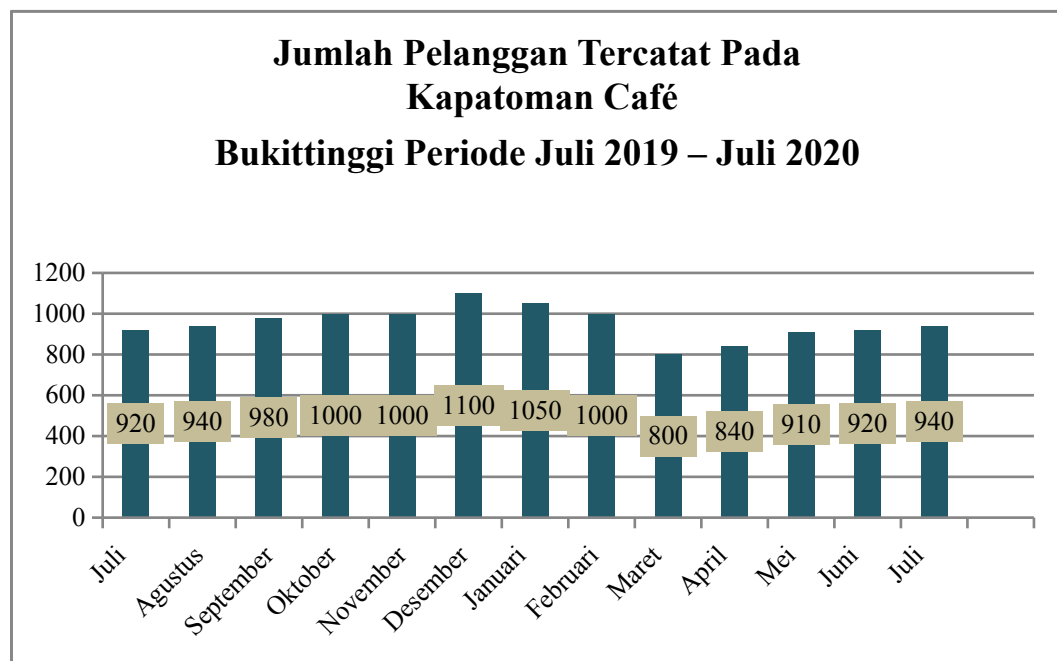
datang dari luar Bukittinggi. Kondisi tersebut semakin menarik minat para pengusaha untuk mengembangkan usahanya di Bukittinggi. Salah satu usaha yang berkembang di Bukittinggi yaitu Kapatoman Café.

Kapatoman Café merupakan sebuah café yang beroperasi sejak tahun 2017. Café yang berada di kawasan wisata Tabiang Takuruang Ngarai Sianok tepatnya di Jorong Jambak Nagari Sianok Anam Suku Kecamatan Ampek Koto Kabupaten Agam. Kapatoman yang memiliki ciri khas sendiri yang berbentuk kapal, yang memiliki panjang dua puluh meter dengan lebar delapan meter dan tinggi dua puluh meter. Kapatoman ini berasal dari kata Kapa yang artinya Kapal dan Toman berasal dari nama ayah dari pengelola café ini.

Untuk mengunjungi café ini, cukup ditempuh sekitar 10 menit dari pusat kota Bukittinggi. Hal pertama yang menarik perhatian saya adalah intensitas pengunjung yang datang setiap hari selalu ramai terutama saat sore hari. Hal terakhir yang menarik perhatian saya adalah konsep bangunannya yang berbentuk kapal dan di kelilingi hamparan hijau dan riak air sungai di tepian melengkapi keriuhan suasana kicauan burung terbang yang dapat memunculkan inspirasi jika berlama-lama di tempat ini. Dengan keindahan yang didapat dari kapatoman café membuat para pelanggan tertarik untuk ke café ini. Selain mendapatkan keindahan dari café ini, kapatoman juga memiliki menu makanan dan minuman yang mempunyai ciri khasnya sendiri. Hal ini juga akan mempengaruhi pelanggan akan kembali datang ke kapatoman café.

Berdasarkan data kunjungan yang diperoleh dari pengelola Kapatoman Café dalam satu tahun terakhir ditemukan adanya peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung sebagaimana yang terlihat pada gambar 1.1 berikut ini :

Gambar 1.1 Diagram Jumlah Pelanggan pada Kapatoman Cafe



Sumber : Kapatoman Cafe

Dari data diatas, terlihat bahwa fluktuasi jumlah pelanggan diKapatoman Café dalam setahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan. Pada bulan Juli hingga bulan Desember mengalami peningkatan data pelanggan. Pada bulan Januari terjadinya penurunan pelanggan. Pada bulan Februari hingga bulan April mengalami penurunan yang cukup drastis. Namun, dibulan Mei hingga Juli jumlah pelanggan kembali meningkat seiring dengan berlakunya kebijakan “New Normal” yang mana Kapatoman Café kembali dibuka dengan menerapkan protokol kesehatan.

Dengan adanya wabah pandemik covid-19 yang melanda mengakibatkan menurunnya tingkat loyalitas pelanggan sehingga terjadinya peningkatan dan penurunan atau Fluktuasi pada pendapatan Kapatoman Café di setiap bulannya. Karena hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Kapatoman Café. Peneliti ingin mengetahui bagaimana tingkat ke loyalitasan pelanggan dan apa yang dilakukan oleh Kapatoman Café untuk tetap bertahan dalam kondisi yang tidak menentu.

Namun dibalik upaya meningkatkan loyalitas pelanggan ada beberapa masalah seperti dari kualitas produk dan harga. Kualitas produk, suatu dari nilai produk yang mana sesuai yang diharapkan atau melebihi yang diharapkan sehingga produk tersebut memenuhi kebutuhan pelanggannya. Harga merupakan faktor yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan. Seseorang yang akan berkunjung ke suatu tempat pasti lebih dahulu mempertimbangkan biaya yang akan mereka keluarkan di suatu tempat. Namun yang paling penting adalah kesesuaian antara kepuasan yang mereka dapatkan dengan harga yang akan dikeluarkan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Shartykarini, Firdaus, and Rusniati 2016) dengan judul penelitian “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pengunjung Cafe di Banjarbaru)” Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan pertimbangan tertentu dan harus represen-tative/ mewakili populasi yang akan diteliti, pertimbangan yang

digunakan dalam penelitian ini, yaitu sejumlah 126 sampel. Alat analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) menggunakan program AMOS 22. penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung cafe. Sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Selanjutnya harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung cafe.

Penelitian berikutnya oleh (Winata and Fiqr 2017) dengan judul “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL EMERSIA DI BANDAR LAMPUNG” hasil analisis data dan pengujian hipotesis diperoleh nilai koefisien determinan R Squares sebesar 0,425 (42.5%) loyalitas pelanggan dipengaruhi harga (X1) dan kualitas jasa (X2), dan sisanya 57.5% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya. Sedangkan hubungan harga dan kualitas jasa secara bersama terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,652 (65,2%). Sedangkan berdasarkan hasil analisis data, diperoleh bahwa harga (X1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) Hotel Emersia di Bandar Lampung, kualitas jasa (X2) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) Hotel Emersia di Bandar Lampung, harga (X1) dan kualitas jasa (X2) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) Hotel Emersia di Bandar Lampung.

Penelitian selanjutnya oleh (Pongoh 2013) dengan judul “KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU AS TELKOMSEL DI KOTA MANADO” Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil

analisis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi variabel harga tidak berpengaruh.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas untuk meneliti, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian sebagai berikut :“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAPLOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”dengan studi kasus pada Kapatoman Café Bukittinggi.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Banyaknya persaingan dalam dunia bisnis yang menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan persaingan terutama pada café.
2. terdapatnya cafe baru yang lebih milenial dan keinginan anak muda mencari cafe dengan suasana berbeda.
3. Jumlah pelanggan yang datang pada Kapatoman Café semakin sedikit akibat adanya pembatasan sosial
4. Menurunnya tingkat loyalitas pelanggan
5. Menurunnya pendapatan yang di dapatkan karena terjadinya Fluktuasi

6. Persepsi harga akan berdampak terhadap tingkat permintaan produk
7. Meningkatkan kualitas produk agar dapat memberikan kepuasan pelanggan

1.3 Batasan Masalah

Ada banyak faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan seperti di identifikasikan diatas, maka penelitian ini akan dibatasi pada Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2), sebagai variabel bebas atau independen dan Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat dan Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel intervening.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasanPelanggan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?
4. Bagaimana pengaruhpersepsi harga terhadap loyalitas pelanggan?
5. Bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan?
6. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel interveningnya?
7. Bagaimanapersepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel interveningnya?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Kapatoman café
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada Kapatoman café
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Kapatoman café
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada Kapatoman café
5. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Kapatoman café
6. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel interveningnya
7. Untuk mengetahui bagaimana persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel interveningnya

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain :

1.6.1 Bagi Objek

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan pertimbangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pada Kapatoman café

1.6.2 Bagi Akademik

a. Sebagai tambahan rujukan dan referensi bagi masyarakat umum dalam menganalisis kualitas produk, persepsi harga, terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan

b. Sebagai saran dalam menambah wawasan dengan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan

c. Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan strategi pemasaran.

1.6.3 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti agar lebih mendalami secara teoritis mengenai manajemen pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan serta pengalaman. Untuk bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku perkuliahan dalam membandingkan sejauh mana hubungan antar teori yang telah diperoleh tersebut dengan kenyataan yang ada di lapangan.