

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan perubahan dalam dunia bisnis pada era globalisasi setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat pesat mengakibatkan banyak bermunculan pesaing bisnis yang baru di berbagai kategori, baik barang maupun jasa. Hal ini menyebabkan persaingan bisnis sangat kompetitif, karena banyaknya pesaing bisnis yang bergerak dibidang produk atau jasa yang serupa. Salah satunya adalah bisnis di bidang kuliner yang saat ini menjanjikan sehingga banyak pelaku usaha menjalankan bisnis ini. Pertumbuhan bisnis kuliner semakin cepat bertumbuh di Indonesia begitu juga dengan bisnis coffe shop atau kafe yang menjadi tempat berkumpulnya sebagaian anak muda. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya coffe shop atau kafe baru dengan keunnggulan yang beraneka ragam.

Perkembangan bisnis kafe di Indonesia bertumbuh dengan sangat pesat, hal ini terjadi karena adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang dewasa ini banyak dipengaruhi oleh adanya modernisasi dalam berbagai bidang, sehingga mendorong masyarakat untuk melakukan penyesuaian dengan mengikuti perkembangan yang sedang terjadi, khususnya generasi muda menjadikan *nongkrong* di kafe menjadi suatu rutinitas agar dapat bertemu, berkumpul atau sekadar bersenang-senang bersama teman atau keluarga. Kafe juga dapat dijadikan sebagai tempat kerja kedua bagi para pekerja selain di kantor. Kafe mulai menjadi tempat yang sangat digemari oleh masyarakat, dan fenomena ini menjadi suatu peluang usaha yang sangat potensial bagi para pelaku bisnis. Banyaknya

bisnis kafe membuat masyarakat atau konsumen dihadapkan dengan beberapa pilihan kafe yang berbeda. Perkembangan bisnis kafe yang ada di Indonesia menandakan bahwa semakin banyaknya masyarakat Indonesia yang gemar mengunjungi kafe.

Kabupaten Lamongan merupakan salah satu daerah yang sedang giat dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam kehidupan masyarakat. Salah satu UMKM yang berkembang di kabupaten Lamongan adalah UMKM per-kafean. Banyaknya pesaing bisnis kafe di kabupaten Lamongan, merupakan tantangan bagi setiap pelaku usaha kafe agar dapat bertahan karena persaingan bisnis yang semakin ketat. Saat ini banyak pesaing yang menawarkan produk minuman kopi dengan harga yang terjangkau dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik di Lamongan. Hal ini dapat menjadi pemicu tingkat penjualan yang tidak stabil oleh para pelaku usaha kafe. Para pelaku usaha dituntut agar bisa memberikan inovasi dalam bisnis mereka untuk tetap bertahan. Salah satu kafe yang mampu bertahan serta bersaing hingga saat ini adalah kafe Aola Co-Working Space. Kafe Aola awal mulanya didirikan atas dasar ide bapak Pradita aditya. Kafe ini berdiri sejak tahun 2021 yang berlokasi di Jl. Raya Dandeles, Kandangsemangkon, Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Dalam ketatnya persaingan yang terjadi, para pelaku usaha saling bersaing untuk merebut hati pelanggan. Para pelaku usaha dituntut harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat agar bisa menarik pelanggan untuk membeli produk yang dipasarkan. Maka dengan itu para pelaku usaha saling berlombalomba untuk mencari dan memperbaiki faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan seperti harga, dan kualitas pelayanan.

Salah satu syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar dapat mencapai tujuan bisnis dalam persaingan adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Bachmid et al., 2016). Loyalitas pelanggan memiliki peranan yang sangat penting dalam perusahaan, memiliki konsumen yang loyal merupakan tujuan akhir dari semua perusahaan. Menurut (Aslinda et al., 2021) loyalitas pelanggan memiliki keterkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan dan juga pertumbuhan perusahaan di waktu yang akan mendatang. Pada dasarnya loyalitas terjadi antara pelaku bisnis dengan pelanggan yang didasari oleh perasaan puas dari pelanggan yang akan mereka dapat.

Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan yang diberikan oleh konsumen setelah kebutuhan akan sebuah produk atau jasa mereka terpenuhi, sehingga menciptakan rasa nyaman dan senang (Qomariah, 2016). Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada persepsi dan juga harapan dari pelanggan itu sendiri. Pelanggan yang merasa puas terhadap produk atau jasa pada akhirnya akan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali. Dengan itu nantinya akan menciptakan pelanggan yang loyalitas.

Salah satu faktor yang berpengaruh dalam menjaga konsumen agar tetap loyal adalah harga. Menurut Tjiptono dalam (Aslinda et al., 2021) harga adalah elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya merupakan biaya. Pengertian lain mengenai harga menurut (Kotler, 2008) menjelaskan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, maupun jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan

suatu produk atau jasa. Sedangkan (Iriyanti et al., 2016) penetapan harga merupakan hal yang paling sulit diantara unsur-unsur dalam bauran pemasaran.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen agar puas dan loyal yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah salah satu hal yang berkaitan langsung oleh pelanggan, kerana dirasakan langsung oleh pelanggan. Para pelaku usaha bisnis berlomba-lomba memberikan hal yang berbeda dari pelaku usaha pesaingnya. Oleh sebab itu para pelaku usaha melakukan berbagai strategi dan melakukan berbagai inovasi usaha agar tidak kehilangan konsumennya. Salah satu strategi usaha yang harus ditingkatkan dari pada keunggulan yang dimiliki setiap bisnis adalah kualitas pelayanan. Menurut (Sukanti et al., 2021) kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang secara konsisten memenuhi harapan konsumen. Sedangkan menurut Tjiptono (Dalam Sukanti et al., 2021) kualitas layanan juga disebut sebagai sebuah tingkat unggulan produk dan tingkatan itu supaya keinginan para konsumen terpenuhi. Dengan kualitas pelayanan yang baik, konsumen akan merasa puas dan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang.

Untuk memenangkan persaingan di dalam bisnis, salah satu hal yang dapat dijadikan keunggulan dari sebuah perusahaan adalah loyalitas dari para pelanggannya. Proses loyalitas dari pelanggan merupakan suatu hal yang tidak mudah karena mereka harus benar-benar merasa puas dengan apa yang diterima. Untuk membeli sebuah produk konsumen juga akan mempertimbangkan unsur-unsur yang terdapat pada sebuah produk seperti, rasa, ukuran, kemasan, dan lainnya, serta beberapa atribut yang tidak berwujud yaitu harga, dan kualitas pelayanan. Seorang pemilik usaha memiliki peran yang sangat penting. Pada persaingan bisnis yang sangat ketat ini, memang seharusnya para pelaku usaha

harus mempunyai strategi yang akan di gunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produknya. Hal ini sangat penting dilakukan oleh perusahaan, karena dapat berpengaruh pada peningkatan volume penjualan sebuah perusahaan. Dan juga akan berpengaruh sebaliknya, apabila tingkat penjualan rendah, akan mempengaruhi penurunan volume penjualan yang mengakibatkan kerugian.

Oleh sebab itu sebuah perusahaan harus mempunyai sesuatu keunggulan dibandingkan dengan perusahaan pesaing sehingga dapat menarik konsumen untuk sekadar mencoba kemudian mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Konsumen yang melakukan pembelian diharapkan mempunyai loyalitas yang tinggi, karena loyalitas yang tinggi dari pelanggan merupakan salah satu cara untuk pelaku bisnis mempertahankan bisnisnya ditengah persaingan pasar yang semakin kompleks.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dipaparkan, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kafe Aola Co-Working Space Pantura Paciran Lamongan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Aola co-Working Space Pantura lamongan?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh loyalitas pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan?
6. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti menetapkan tujuan dari penelitian tersebut, yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan.
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Aola co-Working Space Pantura Lamongan.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan.

6. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan?
7. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada kafe Aola Co-Working Space Pantura Lamongan?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang hendak dicapai dalam penyusunan penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan di bidang manajemen, khususnya pada bidang marketing dan memberikan tambahan informasi kepada peneliti di bidang manajemen pemasaran serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian tentang pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan penulis dari teori dan kenyataan dalam prakteknya. Dalam teori berarti penguasaan penulis terhadap pengetahuan yang diperoleh dan dipelajari selama perkuliahan. Dalam praktek berarti akan menambah pengetahuan penulis dalam kegiatan perusahaan sebenarnya.

3. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan bagi pihak pengelola Aola Kafe Paciran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan seperti harga dan kualitas pelayanan. Sehingga

dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang dapat diambil dalam mencapai tujuan perusahaan dimasa yang akan datang.