

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya sektor ekonomi kreatif di tingkat nasional. Pertumbuhan ini mendorong munculnya banyak perusahaan baru yang memproduksi berbagai produk kuliner. Namun, kondisi tersebut juga menyebabkan persaingan di industri kuliner menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, para pelaku bisnis kuliner berupaya keras untuk meningkatkan dan mempertahankan pelanggan mereka. Berbagai strategi diterapkan guna menjaga loyalitas pelanggan sekaligus menarik konsumen baru agar usaha mereka dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Dalam konteks tersebut, kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga menjadi dua aspek penting yang sering dijadikan fokus utama oleh pelaku usaha dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Setiap perusahaan berupaya agar produk yang dihasilkan mampu mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Produk tersebut tidak hanya harus dapat terjual kepada konsumen akhir, tetapi juga harus mampu memberikan nilai yang sesuai harapan pelanggan. Untuk itu, perusahaan perlu memperhatikan berbagai aspek penting, terutama kualitas pelayanan dan penetapan harga yang kompetitif serta terjangkau, guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan strategi tersebut, produk yang dijual dapat

tersebar lebih luas, sekaligus menghasilkan keuntungan maksimal yang mendukung keberlanjutan bisnis.

Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu mengarahkan seluruh kegiatannya untuk menghasilkan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan, tetapi juga memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan ini dapat diperoleh melalui pelayanan yang optimal, produk berkualitas, serta harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan. Loyalitas pelanggan akan terbentuk ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan yang diterima dan cenderung memilih produk atau jasa yang menawarkan keunggulan serta harga yang relatif terjangkau dibandingkan pesaing.

Selain itu, loyalitas pelanggan juga berdampak positif terhadap keberlangsungan bisnis jangka panjang, karena pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga berpotensi menjadi promotor produk melalui rekomendasi kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan harus secara berkelanjutan melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan serta penyesuaian harga, agar dapat mempertahankan dan memperkuat loyalitas pelanggan di tengah kondisi pasar yang semakin kompetitif.

Service quality (kualitas pelayanan) merupakan bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler & Armstrong, 2008). Dalam menjalankan usahanya, perusahaan harus memiliki

upaya yang dapat menarik minat pelanggan dan berusaha secara maksimal untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan. Sebagian besar pelanggan akan merasa senang setiap kali mereka dilayani dengan cara yang ramah dan peduli. Efek positif dari layanan berkualitas tinggi akan membuat pelanggan merasa puas, dan mereka cenderung akan membeli kembali, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan penjualan. Jika kualitas layanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, itu dianggap memuaskan (Meithiana, 2019).

Selain *service quality*, harga juga menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Kotler & Armstrong, 2008) menyatakan bahwa harga produk atau jasa adalah jumlah dari semua manfaat yang dihargai pelanggan. Pelanggan cenderung merasa puas jika memperoleh produk berkualitas tinggi dengan harga yang dianggap sesuai atau terjangkau. Oleh karena itu, suatu bisnis harus mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas jangka panjang.

Kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting dalam menjamin keberhasilan sebuah usaha. Konsumen yang puas akan lebih cenderung melakukan pembelian ulang dan menjadi loyal terhadap produk atau jasa tersebut. Memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan tidak hanya memberi keunggulan kompetitif, tetapi juga menjadi fondasi utama untuk kelangsungan usaha dalam jangka panjang. (Meithiana, 2019).

Kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas utama bagi setiap pelaku bisnis di berbagai sektor, termasuk kuliner. Meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan merupakan cara utama untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Loyalitas konsumen merupakan hasil dari akumulasi berbagai pengalaman pelanggan yang positif selama menggunakan produk atau jasa, dan salah satu faktornya adalah kualitas pelayanan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan cenderung melakukan pembelian berulang, merekomendasikan produk kepada orang lain, dan bertahan lebih lama dengan merek yang mereka percayai.

Menurut (Tjiptono, 2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan wujud dari kesesuaian harapan terhadap produk yang diterima. Jika produk atau jasa sesuai dengan harapan, maka pelanggan cenderung akan berkunjung kembali dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu, mempertahankan kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang sesuai merupakan langkah penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

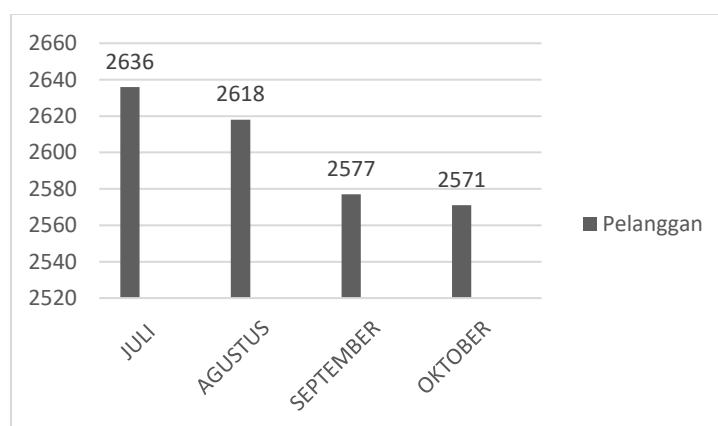
Salah satu pelaku usaha kuliner lokal yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah Amanda Brownies, yang beroperasi di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Perusahaan ini bergerak di bidang produksi dan penjualan brownies dengan berbagai varian rasa dan topping, dan telah menjadi salah satu pilihan favorit masyarakat setempat. Meski bukan merupakan makanan pokok, permintaan terhadap produk kue

seperti brownies terus meningkat karena dianggap sebagai oleh-oleh khas maupun konsumsi harian.

Hal ini membuat industri brownies memiliki prospek bisnis yang menjanjikan, namun juga menghadapi persaingan yang cukup tinggi, baik dari pelaku usaha lokal maupun brand nasional. Meningkatnya jumlah pesaing dalam industri kue dan brownies mendorong Amanda Brownies Kebumen untuk terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan. Namun, hingga saat ini belum diketahui secara pasti seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih konkret mengenai kondisi di lapangan, peneliti melakukan observasi melalui wawancara tertulis dengan kepala toko Amanda Brownies Kebumen, diperoleh bahwa dalam 4 (empat) bulan terakhir pengunjung/pelanggan yang melakukan transaksi di toko maupun *delivery order* adalah sebagai berikut.

Tabel I- 1 Grafik Pelanggan Amanda Brownies Kebumen Periode Juli- Oktober 2024



Sumber: Data Penjualan Amanda Brownies Kebumen 2024

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pelanggan Amanda Brownies Kebumen pada periode Juli 2024 sebanyak 2.636 pelanggan, di bulan Agustus 2024 sebanyak 2.618 pelanggan, di bulan September sebanyak 2.577, sedangkan di bulan Oktober 2024 sebanyak 2.571 pelanggan. Data ini menunjukkan adanya tren penurunan jumlah pelanggan setiap bulannya. Dari hasil diskusi tersebut, diketahui bahwa salah satu penyebab penurunan adalah kurang optimalnya manajemen dalam pengelolaan kualitas pelayanan dan penyesuaian harga. Hal ini diyakini mempengaruhi minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurlaela Eva Puji Lestari, 2020), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara kualitas pelayanan (*service quality*) dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Selain itu, harga juga ditemukan sebagai variabel yang turut memengaruhi. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara *service quality* dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif bagi Amanda Brownies Kebumen dalam memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, meningkatkan kepuasan konsumen, serta menciptakan loyalitas yang berdampak positif terhadap keberlangsungan usaha mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH SERVICE QUALITY DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI AMANDA**

BROWNIES KEBUMEN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING’.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap kepuasan pelanggan Amanda Brownies Kebumen?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Amanda Brownies Kebumen?
3. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan Amanda Brownies Kebumen?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Amanda Brownies Kebumen?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Amanda Brownies Kebumen?
6. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Amanda Brownies Kebumen?
7. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Amanda Brownies Kebumen?

1.3 Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan masalah agar tidak terjadi penyimpangan maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada pelanggan Amanda Brownies Kebumen dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Data yang dikumpulkan hanya

mencakup pelanggan yang telah melakukan pembelian dan memiliki pengalaman langsung terhadap produk serta layanan yang diberikan.

2. Variabel yang diteliti meliputi *service quality*, harga, kepuasan pelanggan (sebagai variabel intervening), dan loyalitas pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *service quality* terhadap kepuasan pelanggan Amanda Brownies kebumen.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Amanda Brownies kebumen.
3. Mengetahui pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan Amanda Brownies kebumen.
4. Mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Amanda Brownies kebumen.
5. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Amanda Brownies kebumen.
6. Mengetahui pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Amanda Brownies Kebumen.
7. Mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Amanda Brownies Kebumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan melalui penelitian ini memberikan manfaat di antaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai masukan dan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam mengembangkan strategi mengenai pentingnya *service quality* dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sehingga menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang. Membantu perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Membantu perusahaan untuk meningkatkan *service quality* guna meningkatkan loyalitas pelanggan dalam upaya membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan bahan referensi, serta sebagai tambahan pengetahuan dalam bidang pemasaran bagi para peneliti di masa yang akan datang, khususnya terkait Loyalitas melalui kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhi seperti *service quality* dan harga. Menambah pengetahuan tentang pengaruh *service quality* dan harga. Menambah pengetahuan tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.