

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri makanan dan minuman saat ini semakin pesat di seluruh penjuru Indonesia. Industri makanan dan minuman mendapat peluang yang sangat besar untuk terus karena didorong oleh banyak hal. Hal ini dapat membuat restoran lebih terlihat menarik maka produk atau jenis makanan yang ditawarkan harus mempunyai cita rasa yang enak dan fasilitas restoran yang membuat konsumen nyaman. Serta pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Di masa ini, kemajuan dalam berbagai bidang sudah tidak diragukan lagi termasuk juga dalam bidang makanan dan minuman. Salah satu mendirikan usaha adalah mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar besarnya oleh karena itu para produsen harus lihai dalam melihat peluang usaha yang bisa dijadikan bisnis. Cafe merupakan salah satu pilihan mereka karena café dinilai tidak hanya sekedar menjual makanan dan minuman sekaligus menawarkan kenyamanan fasilitas bagi pengunjungnya. (Sihombing *et.al.*,2022).

Perkembangan dunia kuliner yang semakin pesat, menjadi lading bisnis yang menarik minat banyak orang. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan utama (primer) manusia. Dunia kuliner saat ini di

Indonesia pada umumnya dan di Kota Gombong Khususnya, sedang mengalami kemajuan yang begitu pesat. Kemajuan yang pesat salah satunya dialami oleh Bale Tradha Café di Kecamatan Gombong. Hal tersebut dapat dilihat dari data penjualan yang café tersebut dari tahun 2019 – 2022 pada Tabel 1 berikut:

Tabel I.1
Data Omset Penjualan dari Tahun 2019 – 2022.

| Tahun | Omset Penjualan (Rp) | Persentase Perubahan (%) |
|--------------|-----------------------------|---------------------------------|
| 2019 | 1.734.519.446 | |
| 2020 | 841.324.050 | -51% |
| 2021 | 744.413.750 | -12% |
| 2022 | 1.024.282.500 | 38% |

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel diatas dapat dikatakan bahwa tahun 2020 – 2021 mengalami penurunan ditandai dengan persentase perubahan mengalami nilai yang negatif. Penurunan terbesar terjadi pada tahun 2020 sebesar 51%. Hal ini terjadi karena kondisi pandemi Covid-19 yang menghantam industri makanan dan minuman. Menurut Manutur *et al.* (2020), tahun 2020 semenjak Covid-19 terjadi, koperasi, UKM, dan industri makanan minuman mengalami penurunan omset penjualan. Hal tersebut diyakini bahwa tingginya kerentanan akibat sumber daya manusia yang terbatas, supplier, dan permintaan terhadap produk semakin sedikit. Masalah tersebut juga dialami oleh Bale Tradha Café yang secara signifikan omset penjualannya anjlok akibat Covid-19. Terkait rendahnya permintaan, adanya peraturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), dan terbatasnya pemasok mengakibatkan penurunan omset secara signifikan. Di sisi lain, tahun 2022 adanya pemulihan dan memasuki era *new normal* berdampak

pada omset penjualan yang mengalami peningkatan sebesar 38%.

Munculnya kondisi permasalahan tidak hanya terjadi pada era Covid-19, tetapi juga dialami sepanjang waktu terkait persaingan dan pemenuhan kebutuhan konsumen. Perusahaan seringkali dihadapkan pada berbagai masalah seperti kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya, adanya persaingan ketat dari perusahaan sejenis, semakin kompleks perilaku konsumen terhadap suatu produk, selera konsumen berubah-ubah, serta kondisi ekonomi yang kurang menentu. Bale Tradha Café harus menemukan cara bagaimana memikat hati konsumen dan mengetahui cara memberikan kepuasan bagi konsumen. Berbagai macam varian menu, harga, dan suasana dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Bale Tradha Café dalam menyediakan pelayanan bagi konsumen.

Bale Tradha Cafe adalah salah satu restoran keluarga dan cafe di daerah Gombong. Restoran ini adalah restoran dan café terkenal di daerahnya yang dekat dengan kantor kawedanan Gombong. Tempatnya cukup luas dan ada beberapa ruangan bisa disewakan untuk kegiatan acara formal maupun non formal. Dalam harga makanannya tergolong cukup tinggi kalau untuk standar makanan di daerah Gombong terdapat variasi makanan sejumlah 73 menu dan variasi minuman sejumlah 45 menu. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada Bale Tradha Cafe, peneliti melakukan observasi mengenai pengunjungan pelanggan lama dan pelanggan baru pada Bale Tradha Cafe. Berikut ini adalah hasil observasi mengenai pengunjungan pelanggan lama dan pelanggan baru pada Bale Tradha Cafe Kebumen.

Tabel I-2
Pelanggan yang Loyal Berkunjung Pada Bale Tradha Cafe

| No | Tahun | Pelanggan Lama | Pelanggan Baru |
|----|-------|----------------|----------------|
| 1. | 2020 | 593 | 245 |
| 2. | 2021 | 589 | 233 |
| 3. | 2022 | 858 | 457 |

Sumber : Bale Tradha Cafe Kebumen tahun 2023

Tabel diatas menunjukkan Bale Tradha Cafe mengalami permasalahan pada loyalitas pelanggan, hal ini dapat dilihat pada tabel diatas pelanggan lama pada tahun 2021 pelanggan lama yang melakukan pembelian Bale Tradha Cafe sebesar sebanyak 593 sedangkan pelanggan baru sebanyak 245. Tahun 2021 pelanggan lama yang melakukan pembelian pada Bale Tradha Cafe Kebumen sebanyak 589 sedangkan pelanggan baru sebanyak 233. Tahun 2022 pelanggan lama yang melakukan pembelian di pada Bale Tradha Cafe Kebumen sebanyak 858 sedangkan pelanggan baru sebesar 457.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti melakukan miniriset kepada konsumen Bale Tradha Cafe Gombang terkait dugaan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Bale Cafe Tradha Gombang. Berikut ini adalah data hasil miniriset.

Tabel 1-3
Hasil Mini Riset Loyalitas Pelanggan

| Keterangan | Responden |
|--------------------|-----------|
| Kualitas Produk | 9 |
| Kenyamanan Lokasi | 6 |
| Kualitas Pelayanan | 9 |
| Ketentuan Harga | 2 |
| Fasilitas | 2 |
| Varian Menu | 2 |
| Jumlah | 30 |

Sumber : Data Miniriset Tahun 2023

Berdasarkan wawancara yang sudah peneliti dengan pihak manajer Bale Tradha Café Gombang diketahui bahwa Bale Tradha Café Gombang

bisa menjaga eksistensinya yang baik selama 15 tahun dalam bersaing dengan ketat di industri café dan resto. Berdasarkan indikator penilaian yang ditunjukkan terhadap pelanggan Bale Tradha Café, kualitas produk dan kualitas pelayanan berindikator tinggi yaitu 9. Informasi ini secara tidak langsung memberikan makna bahwa alasan mereka bertahan walaupun ada pandemi Covid-19 adalah café tersebut tetap mempertahankan kualitas produk dan layanannya. Di samping itu, pelanggannya termasuk kalangan menengah ke atas dan ketika dilakukan pengamatan Bale Tradha Café selalu ramai pengunjung.

Menurut Kotler dan Keller (2016:138) mendefinisikan “Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih” . Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan untuk dapat menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu. Menurut Kotler (2014), menyatakan bahwa loyalitas tinggi adalah pelanggan yang melakukan pembelian dengan presentasi makin meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain. Dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Loyalitas yang terbentuk oleh konsumen Bale Tradha Café adalah ketika konsumen beralih menjadi pelanggan tetap. Pelanggan merasa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mereka dapatkan dirasa memberi kepuasan yang tinggi.

Timbulnya kepuasan dapat diartikan café berhasil mencapai target.

Berdasarkan hasil wawancara pengunjung Bale Tradha Café memilih untuk membeli dan loyal terhadap Bale Tradha Café karena adanya beberapa faktor diantaranya :

Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat sembilan indikator kualitas produk yaitu bentuk, fitur, kualitas kinerja, kesan kualitas, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, dan desain. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan. (Chasanah, 2019,p

.Strategi pemasaran yang harus diterapkan oleh perusahaan restoran untuk memperoleh cita rasa yang khas pada sebuah produk agar mampu memberikan rasa yang lezat dengan terciptanya produk tersebut mampu ditawarkan kepada konsumen.

Berdasarkan analisa di Bale Tradha Café, pihak restoran dapat mengembangkan variasi menu hingga 118 jenis menu dan membuat konsumen tertarik serta tidak bosan untuk mencoba menu baru yang disediakan. Bale Tradha Café dapat bersaing untuk menarik minat konsumen dikarenakan banyaknya tempat usaha restoran baru yang telah dibuka, sehingga konsumen semakin banyak pilihan tempat dalam memilih rumah makan. Selain itu, strategi terhadap menu juga diberikan

kepada pelanggan yang mengunjungi Bale Tradha Café pada event “Akhir Tahun” berupa kesempatan memperoleh makanan dan minuman dengan harga murah.

Faktor lain yang berpengaruh adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu jasa untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya (Kotler dan Amstrong, 2014:347). Tingkat kepuasan pelanggan perbandingan atas pelayanan nyata yang diterima oleh pelanggan dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan ini dapat melampaui harapan pelanggan. Jika pelayanan ini dapat melampaui harapan pelanggan, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan.

Bukti penerapan program yang dijalankan Bale Tradha Café dalam dimensi kualitas pelayanan adalah dengan memberikan kenyamanan pada tamu saat berada di restoran, memberikan pelayanan yang cepat, mampu menanggapi cepat tanggap dalam adanya keluhan-keluhan dari konsumen, memberikan pelayanan yang ramah dan sopan. Kemudian, semakin mengikuti perkembangan zaman Bale Tradha Café memfasilitas konsumen dengan akses internet guna menunggu hidangan yang disajikan agar konsumen tidak bosan menunggu terlalu lama dengan begitu konsumen merasa nyaman. Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan setiap konsumen. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang

diminati oleh konsumen tepatnya pada restoran kelas menengah ke atas. Kualitas pelayanan yang kurang ramah dan mungkin cenderung kurang maksimal, memberikan pelayanan terhadap pelanggan yang akhirnya merasa kurang nyaman, sehingga konsumen yang berkunjung setelah mendapatkan produk yang diinginkan tidak memiliki rasa puas, yang membuat mereka kurang tertarik membeli lagi di Bale Tradha Café Gombang.

Menurut Wasiman *et al.*, (2020), lokasi area adalah tempat yang akan dikunjungi klien, yang akan dikunjungi klien untuk melihat atau membeli atau menggunakan barang atau administrasi yang diberikan oleh organisasi. (Margawati, 2020) Area adalah tempat didirikannya organisasi atau posisi bisnis yang digunakan untuk cara paling umum bertemu klien dan pedagang dalam bisnis Lokasi pemasaran juga menjadi faktor penentu dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:92) menyatakan bahwa place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Dalam memilih lokasi bisnis merupakan satu hal yang penting untuk membujuk para konsumen agar mau datang ke tempat usaha dalam pemenuhan kebutuhannya. Permasalahan yang berkaitan dengan Bale Tradha Café Gombang antara lain: beberapa konsumen merasa Bale Tradha Café berlokasi strategis karena berada di pusat kota Gombang akan tetapi tempatnya kurang pemeliharaan sarana fisik seperti kurangnya fasilitas parkir untuk roda empat.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Loyalitas



Pelanggan pada Bale Tradha Café Gombang ”.

1.2. Rumusan Masalah

Mempertahankan loyalitas pelanggan merupakan hal kunci yang harus diupayakan oleh semua organisasi bisnis, karena loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Ada beberapa hal yang diduga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi. Terdapat beberapa penelitian yang berhasil membuktikan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Falendra et al.,(2020) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Bella et al, (2022), dengan judul pengaruh display produk, lokasi, dan kualitas pelayanan. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, maka pertanyaan penelitian ini dijabarkan sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Bale Tradha Café Gombang?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Bale Tradha Café Gombang?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Bale Tradha Café Gombang?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Bale Tradha Café Gombang?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang pernah berkunjung di Bale Tradha Café Gombang.
2. Usia Responden pada penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kebumendengan usia minimal 17 tahun dengan asumsi bahwa usia tersebut dianggap sudah dewasa dan dapat memberikan pendapat secara objektif.
3. Variabel yang diteliti adalah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan.
 - a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk mencerminkan semua dimensi penawaran produk

yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. (Sopiah dan Sangadji dalam HULU et al., (2022). Kualitas produk dalam penelitian ini dibatasi pada indikator yang dikemukakan oleh Nahya et al., (2019), yaitu:

- 1) Produk yang ditawarkan memiliki rasa yang tidak berubah
- 2) Produk memiliki kemasan desain yang menarik
- 3) Produk menawarkan banyak varian menu
- 4) Produk terjaga untuk tetap higienis.

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:157), berpendapat bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dibatasi pada indikator yang dikemukakan oleh Menurut Tjiptono (2016:63) indikator kualitas pelayanan, sebagai berikut:

- a. Realibilitas (*reliability*).
- b. Daya Tanggap (*responsiveness*).
- c. Jaminan (*assurance*).
- d. Empati (*empathy*).
- e. Bukti fisik (*tangible*)

c. Lokasi (X_3)

Menurut Fandy Tjiptono (dalam Suryati & Rahmat, 2020)

mendefinisikan lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau

Tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. dalam penelitian ini dibatasi pada indikator yang dikemukakan oleh Tjiptono (dalam Prasetyo & Santoso, 2023), yaitu:

- 1) Lokasi kafemudah di jangkau konsumen
- 2) Lokasi kafe yang strategis
- 3) Lokasi kafe yang mudah ditemukan
- 4) Terdapat parkir yang aman
- 5) Lalu lintas yang selalu lancar

d. Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2016:138), Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dibatasi pada indikator yang dikemukakan oleh Tjiptono (2013:33), yaitu:

- 1) *Repeat.*
- 2) *Retention*
- 3) *Referalls*

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan dari peneliti ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Bale Tradha Café Gombang.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Bale Tradha Café Gombang.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Bale Tradha Café Gombang.
4. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Bale Tradha Café Gombang.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik terhadap ilmu pengetahuan yang selalu berkembang. Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Praktis

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi manajemen Bale Tradha Café Gombang dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang

1.5.2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya manajemen pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan Lokasi terhadap loyalitas pelanggan. Bagi peneliti, sebagai wahana latihan pengembangan kemampuan dan penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.