

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat menuntut masyarakat untuk berbisnis. Bisnis merupakan kegiatan yang menyediakan produk atau layanan yang diinginkan atau dibutuhkan oleh pelanggan dan bisa dilakukan oleh badan hukum korporasi, perusahaan berbadan usaha, atau individu tanpa badan hukum atau badan usaha dengan tujuan memperoleh laba. Bisnis dalam bidang kuliner merupakan salah satu usaha yang paling diminati oleh masyarakat luas karena selain mendatangkan keuntungan yang besar, makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang. Salah satu jenis usaha kuliner yang tengah populer di kalangan luas saat ini adalah bisnis *cafe*.

Faktor yang mendorong para pengusaha untuk terjun ke usaha *cafe* adalah adanya pergeseran gaya hidup masyarakat, dimana mereka sudah mulai membuka diri dan terbiasa makan di luar rumah karena dijadikan sebagai sarana untuk *refreshing*, baik bersama keluarga atau teman. Berkumpul atau nongkrong di *cafe* telah menjadi kebiasaan yang lazim di kalangan masyarakat Indonesia terutama pada anak muda. Kebiasaan itu timbul karena masyarakat kini lebih suka yang praktis dalam memenuhi kebutuhan pokok akan makanan dan minuman, hal ini merupakan hasil dari perubahan gaya hidup mereka.

Adanya usaha *cafe* saat ini selain untuk memenuhi kebutuhan primer bagi konsumen, *cafe* juga digunakan sebagai sarana penunjang keinginan mereka merasakan suasana yang nyaman untuk sekedar bersantai. Menurut Samuel dan Ramadhan (2022) harga kopi di *cafe* yang jauh lebih mahal dari kopi *sachet* pun akhirnya bisa ditoleransi dengan alasan kenyamanan dan standar gaya hidup tingkat tinggi yang ingin dimiliki oleh semua orang. Suasana *cafe* yang nyaman bagi konsumen merupakan *cafe* yang memiliki konsep estetika dan cocok untuk foto-foto. Selain itu kebersihan, aroma, dan sistem pencahayaan *cafe* juga menjadi faktor penunjang keinginan konsumen merasakan suasana nyaman.

Adanya kebutuhan dan keinginan yang semakin kompleks telah menghasilkan permintaan yang signifikan di pasar *cafe*. Adanya permintaan pasar terhadap *cafe* dipengaruhi oleh kualitas makanan, kualitas layanan yang diberikan, dan fasilitas yang tersedia. Kualitas makanan atau minuman tentu berkaitan dengan menu yang ditawarkan oleh *cafe* itu sendiri berupa minuman kopi atau non kopi, *dessert*, atau *snack*. Kualitas layanan ini terkait dengan keramahan karyawan dan acara *live music* di *cafe*. Selain itu, fasilitas yang disediakan oleh *cafe* lengkap mulai dari toilet, ruang ibadah, *WiFi*, sampai tempat duduk untuk konsumen atau pelanggan.

Adanya iklim persaingan yang ketat serta dinamis di dunia usaha *cafe*, para pengelola terus berupaya mencari berbagai strategi untuk mempertahankan konsumen guna menjaga keberlangsungan bisnis mereka. Perusahaan perlu menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen

agar tetap *loyal*. Menurut Griffin (2009), pelanggan yang *loyal* adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan jasa tertentu, sehingga mereka memiliki semangat untuk mempresentasikannya kepada semua orang yang mereka kenal. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu strategi yang tepat untuk tetap bertahan di dalam persaingan. Bagian penting dari pelanggan yang berulang kali membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa adalah loyalitas pelanggan, karena dapat meningkatkan nilai bisnis dan menarik konsumen baru. Agar perusahaan dapat mencapai loyalitas pelanggan, perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat agar mampu bersaing.

Adanya persaingan menjadikan produsen harus memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Usaha yang akan dibuat harus memiliki keunikan dibandingkan dengan bisnis yang sudah ada. Sebagai pelaku bisnis, diperlukan kreativitas dan inovasi yang tinggi untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis. Sebagai pelaku bisnis, harus memiliki keberanian untuk mengambil risiko dan juga bertanggung jawab terhadap bisnis tersebut. Setiap bisnis kuliner saling berlomba-lomba dalam menciptakan produk makanan dan layanan yang berkualitas. Kualitas yang baik memiliki daya tarik yang mampu memikat orang untuk membeli produk tersebut.

Industri rumah makan di Indonesia sangat beragam, termasuk di Kebumen sebuah kabupaten di Jawa Tengah. Kebumen menjadi pilihan menarik bagi para pengusaha yang ingin membuka usaha kuliner. Semakin kesini perkembangan dan persaingan kuliner atau tempat makan di Kabupaten

Kebumen semakin pesat. Antar tempat makan satu dengan yang tempat makan lainnya berusaha menciptakan hal yang baru untuk mendukung minat konsumen untuk berkunjung *cafe* atau tempat makan. Menyediakan pengalaman unik dan menarik, tempat makan saling berupaya menyajikan inovasi guna menarik minat pelanggan mengunjungi *cafe* mereka.

Usaha *cafe* di Kabupaten Kebumen cukup banyak, diantaranya Cleon Coffee and Eatery, Walk Coffee, Tuman Coffee and Space, Teman Hati Coffee, Kopi Sakiyo, Ekuivalen Coffee, Radio Kopi, Beranda Eatery, dan lain sebagainya. Industri rumah makan atau *cafe* yang menjadi objek penelitian ini adalah Cleon Coffee and Eatery yang berada di Jl. Pahlawan No.116, Keposan, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54311. Cleon Coffee and Eatery berdiri sejak 14 Januari 2023. Cleon Coffee and Eatery buka setiap hari mulai pukul 07.15 WIB sampai 22.00 WIB dan khusus Hari Sabtu buka mulai pukul 07.15 WIB sampai 22.45 WIB.

Cafe tersebut mempunyai area *indoor* dan *outdoor*, sehingga pengunjung dapat memilih dengan bebas ingin duduk di dalam dengan AC atau di luar dengan melihat hiruk pikuk jalan raya. Desain interior yang dimiliki oleh Cleon Coffee and Eatery bernuansa elegan dan kekinian dengan didominasi warna netral, yaitu putih, abu-abu, dan tambahan kayu yang menambah kesan minimalis sekaligus modern. Cleon Coffee and Eatery menyediakan beragam pilihan menu makanan dan minuman yang nikmat dan berkualitas. Mulai dari kopi, teh, jus, *smoothie*, berbagai macam hidangan

ringan, makanan berat, dan *dessert*. Semua menu tersebut, disajikan dengan rasa yang enak dan bahan-bahan yang segar.

Pelayanan karyawan terhadap konsumen sangat ramah dengan menerapkan sistem salam, sapa, senyum. Proses pemesanan makanan atau minuman yang dapat dilakukan menggunakan GoFood, Grab, dan Shopee. Selain itu, layanan *extra* yang disediakan oleh Cleon Coffee and Eatery ialah kegiatan nobar dan *satnight* atau *saturday night* dengan *live music*. Berdasarkan ulasan konsumen di google pelayanan di Cleon Coffee and Eatery rata-rata mendapat respon positif dan memuaskan, namun ada juga respon konsumen yang merasa kurang puas.

Berdasarkan artikel dari website pikiran rakyat depok yang dirilis pada tanggal 09 September 2024, Cleon Coffee and Eatery masuk dalam 6 *Cafe* di Kebumen yang tempatnya nyaman dan cocok untuk foto-foto. Berikut ini daftar 6 *cafe* sekaligus menjadi pesaing Cleon Coffee and Eatery:

Tabel I-1
Daftar Rating dan Ulasan Cafe di Kabupaten Kebumen

No	Nama Cafe	Rating	Ulasan
1.	Cleon Coffee and Eatery	4,7	231
2.	Beranda Eatery	4,4	714
3.	Teman Hati Coffee	4,4	808
4.	Malmilk	4,6	591
5.	Tuman Coffee and Space	4,6	157
6.	Kopi Nostalgia Coffee and Resto	4,4	386

Sumber: Google review, 2024

Berdasarkan tabel I-1, Cleon Coffee and Eatery merupakan *cafe* yang memiliki rating paling tinggi di antara *cafe* lainnya dengan jumlah rating 4,7. Malmilk dan Tuman Coffee and Space mendapat rating 4,6. Beranda Eatery,

Teman Hati Coffee, dan Kopi Nostalgia Coffee and Resto mendapat rating 4,4. Akan tetapi, berdasarkan ulasan Cleon Coffee and Eatery memiliki ulasan terendah kedua dari keenam *cafe* tersebut, yaitu dengan jumlah 231 ulasan. Urutan pertama dengan ulasan 808 dimiliki oleh Teman Hati Coffee. Urutan kedua Beranda Eatery dengan ulasan 714. Urutan ketiga Malmilk dengan 591 ulasan. Urutan keempat dengan 386 ulasan dimiliki oleh Kopi Nostalgia Coffee and Resto serta yang mendapat rating paling rendah adalah Tuman Coffee and Space yang hanya mendapat 157 ulasan.

Google review berperan sebagai jembatan yang membantu dalam memetakan ruang lingkup pesaing berdasarkan ulasan konsumen. *Google review* adalah fitur di *google maps* yang memperbolehkan pengguna memberikan ulasan dan rating untuk bisnis atau layanan. Alasan peneliti menggunakan ulasan google adalah karena objek penelitian memiliki banyak usaha serupa yang tidak sedikit. *Google review* biasanya dipakai ketika seseorang mencari tempat atau setelah mengunjungi suatu tempat. Berdasarkan *google review*, Cleon Coffee and Eatery memiliki ulasan sebanyak 231 ulasan dengan persentase bintang 1 sebanyak 1,3%, bintang 2 sebanyak 0,8%, bintang 3 sebanyak 3%, bintang 4 sebanyak 10,8%, dan bintang 5 sebanyak 83,9%. Apabila dilihat persentase tersebut bintang 5 mendapat memiliki ulasan paling banyak. Hal ini menunjukkan bahwa Cleon Coffee and Eatery dinilai baik oleh pelanggan.

Keunggulan atau hal yang membedakan Cleon Coffee and Eatery dengan *cafe* lain adalah terkait *merchandise cafe*. Cleon Coffee and Eatery

menawarkan beberapa *merchandise* kepada pelanggan, diantaranya berupa *tote bag*, *tumbler*, dan *keyring*. Selain itu, Cleon Coffee and Eatery melakukan *giveaway time* yang dipromosikan melalui akun instagram. Persyaratan *giveaway* bagi yang ingin mendapatkan *merchandise* atau *voucher* pembelian, yaitu melakukan pembelian minimal Rp100.000,00 dan memberikan *review* Cleon Coffee and Eatery di *google*. Setelah itu, pelanggan atau konsumen dapat mengambil undian *giveaway* di kasir. Bagi yang beruntung, akan mendapatkan salah satu *merchandise* Cleon Coffee and Eatery atau *voucher* pembelian. Cleon Coffee and Eatery termasuk *cafe* yang masih baru karena mulai dibuka pada awal tahun 2023. Jika, dibandingkan dengan Beranda Eatery di Jalan Pemuda merupakan *cafe* yang lebih dahulu buka, Cleon Coffee and Eatery mendapat rating paling tinggi.

Berikut ini adalah tabel data kunjungan dan omzet pada Cleon Coffee and Eatery berdasarkan hari kerja (*weekdays*) dan akhir pekan (*weekend*):

Tabel I-2
Jumlah konsumen dan Omzet Penjualan Cleon Coffee and Eatery

Hari	Jumlah konsumen	Omzet Penjualan
<i>Weekdays</i>	50-70 orang	Rp2.500.000,00-Rp3.000.000,00
<i>Weekend</i>	70-90 orang	Rp4.500.000,00-Rp5.000.000,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel I-2, pada *weekdays* Cleon Coffee and Eatery mendapatkan jumlah konsumen 50 sampai 70 orang dengan jumlah omzet penjualan yang diperoleh berkisar Rp2.500.000,00 sampai Rp3.000.000,00. Selain itu, pada *weekend* jumlah konsumen dan omzet penjualan meningkat,

yaitu jumlah konsumen sebanyak 70 sampai 90 orang serta omzet penjualan yang diperoleh sebanyak Rp4.500.000,00 sampai Rp5.000.000,00.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan dengan 40 orang sebagai responden, hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel I-3
Observasi Kepada Pelanggan Cleon Coffee and Eatery
di Kabupaten Kebumen

No	Indikator	Jumlah	Persentase
1	<i>Food Quality</i>	17	42,5%
2	<i>Service Quality</i>	11	27,5%
3	<i>Customer Satisfaction</i>	10	25%
4	<i>Cafe Atmosphere</i>	1	2,5%
5	<i>Location</i>	1	2,5%
Jumlah		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel I-3, sebanyak 40 responden yang menjadi pelanggan yang loyal terhadap Cleon Coffee and Eatery disebabkan beberapa faktor. Sebanyak 42,5% responden berkunjung kembali ke Cleon Coffee and Eatery disebabkan pelanggan menilai makanan dan minuman memiliki rasa enak dan disajikan dengan baik oleh karyawan. Sebanyak 27,5% responden berkunjung kembali ke Cleon Coffee and Eatery karena pelayanan yang diberikan baik dan karyawan yang ramah. Sebanyak 25% responden merasa *service quality* baik dan *food quality* yang enak dan sesuai, sehingga pelanggan merasa puas. Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Cleon Coffee and Eatery, namun tidak dominan dan masing masing hanya mendapat responden sebanyak 2,5%, yaitu karena *cafe atmosphere* dan *location*.

Berdasarkan observasi tersebut, penulis mengumpulkan data pelanggan terkait dengan frekuensi kunjungan dan pembelian di Cleon Coffee and

Eatery selama satu bulan. Berikut adalah daftar frekuensi pembelian pelanggan di Cleon Coffee and Eatery:

Tabel I-4
Frekuensi Pembelian di Cleon Coffee and Eatery Selama Satu Bulan

No	Frekuensi Pembelian	Jumlah	Persentase
1	2 kali	24	60%
2	3 kali	16	40%
Jumlah		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel I-4, pelanggan Cleon Coffee and Eatery yang berkunjung dan melakukan pembelian 2 kali dalam satu bulan sebanyak 16 orang dengan persentase 40%. Sedangkan, pelanggan yang berkunjung melakukan pembelian 3 kali dalam satu bulan sebanyak 24 orang dengan persentase 60%.

Loyalitas pelanggan tercipta karena adanya kepuasan pada pelanggan. Kepuasan pelanggan terjadi ketika pembeli merasakan kepuasan dengan suatu barang atau jasa yang digunakan atau dikonsumsi. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran. Jika tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen saling berhubungan maka perusahaan harus cepat meningkatkan kepuasan pada pelanggan yang nantinya loyalitas konsumen juga akan meningkat begitu pula sebaliknya bila perusahaan menurunkan kepuasan pelanggan maka loyalitas konsumen juga akan menurun. Jadi, dalam hal ini kepuasan pelanggan merupakan penyebab terjadinya loyalitas konsumen.

Kepuasan yang dirasakan konsumen tentunya didasari beberapa faktor. Kualitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas makanan

atau *food quality* adalah faktor penting yang menentukan kepuasan pelanggan setelah mengonsumsi produk atau makanan pada *cafe* atau restoran. Perlu adanya standar kualitas yang jelas untuk mencapai kualitas makanan yang diinginkan. Untuk memastikan kepuasan pelanggan terhadap suatu makanan, maka produk tersebut harus memenuhi standar yang sudah ditetapkan. Adrian (2022) berpendapat bahwa *food quality* dapat didefinisikan sebagai kemampuan dan karakter suatu makanan untuk dapat disajikan sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen, serta dapat meningkatkan nilai suatu restoran. Kualitas makanan merupakan hal yang sangat vital bagi restoran. Sebagai produk utama yang disajikan kepada konsumen, kualitas makanan harus dijaga dengan baik untuk memenuhi harapan pelanggan.

Selain kualitas makanan, *service quality* juga berpengaruh terhadap penentuan kepuasan dan loyalitas konsumen. *Service quality* atau kualitas layanan adalah faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Kualitas layanan adalah adanya pelayanan yang baik maka pelanggan akan memperoleh barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Pinaraswati & Farida, 2021). Pengaruh ini disebabkan oleh pelanggan yang merasa puas dengan nilai yang diberikan dan merasakan suasana hati yang positif terhadap layanan akan cenderung loyal terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima oleh konsumen, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memberikan rasa puas (Mariansyah & Syarif, 2020). Kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan

keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Indrasari, 2019).

Berdasarkan fenomena tentang *food quality* dan *service quality* yang dilakukan oleh Cleon Coffee and Eatery, maka perlu dilakukan kajian terkait tentang *food quality* dan *service quality* untuk mendukung kepuasan dan loyalitas pelanggan Cleon Coffee and Eatery. Pelanggan cenderung lebih loyal terhadap produk atau makanan yang mereka anggap memiliki kualitas tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan et al. (2023) memiliki pendapat yang sama bahwa *food quality* berkontribusi positif terhadap *customer loyalty*. Akan tetapi, sangat bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hakim et al. (2023) bahwa kualitas makanan berkontribusi negatif terhadap loyalitas pelanggan.

Adanya *service quality* yang baik akan memperkuat komitmen konsumen atau pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dhuhaini et al. (2023) menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sholikhah & Hadita (2023) bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hakim et al. (2023) yang menyatakan bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *customer loyalty*.

Peneliti mempunyai rasa ingin tahu untuk membuktikan tingkat korelasi antara kualitas makanan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

dengan adanya kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan khususnya bisnis kuliner untuk dapat mempertimbangkan mengenai pentingnya mempertahankan *customer loyalty*, sehingga dapat memberikan manfaat berupa keuntungan jangka panjang. Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis tertarik melakukan penelitian untuk dengan judul **“PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI MEDIASI TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*” (STUDI PADA PELANGGAN CLEON COFFEE AND EATERY DI KABUPATEN KEBUMEN).**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diajukan pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen?
2. apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen?

6. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen?
7. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian tidak menyimpang maka penulis menghindari hal-hal yang tidak sesuai dengan tujuan penelitian, dan membatasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen yang melakukan pembelian minimal 2 kali dalam jangka waktu satu bulan selama 6 bulan terakhir.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *food quality* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai pemediasi.
 - a. *Customer Loyalty*

Loyalitas konsumen merupakan komitmen jangka panjang konsumen yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen (Priansa, 2021). Menurut Kotler dan Keller (2009) "*Customer loyalty*

is a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior”

pernyataan di atas memiliki arti bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli atau berlangganan produk atau jasa pilihan di masa depan meskipun situasional dan usaha pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Menurut Kotler dan Keller (2012) faktor yang membatasi adanya *customer loyalty*, sebagai berikut:

- 1) *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk)
- 2) *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan)
- 3) *Referrals* (merefensikan secara total eksistensi perusahaan)

b. *Customer Satisfaction*

Secara umum, kepuasan bisa dipahami sebagai kesesuaian antara kualitas produk dan layanan yang diterima dengan harapan kualitas produk dan layanan yang diinginkan oleh konsumen. Era persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang, prioritas utama adalah memastikan kepuasan konsumen. *Customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan adalah tolak ukur seberapa senang pelanggan dengan produk atau jasa yang diterima (Fatihudin & Firmansayah, 2019).

Adapun faktor yang membatasi adanya kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2008), yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

c. *Food Quality*

Kualitas pada produk makanan adalah aspek utama yang ditawarkan oleh *cafe* atau restoran. Kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai (Knight & Kotschevar, 2000). Kualitas makanan dapat dinilai konsumen setelah konsumen membeli dan merasakan makanan yang ada di restoran lalu dibandingkan dengan pengorbanan yang konsumen keluarkan atau dibandingkan dengan makanan restoran serupa yang sebelumnya pernah dirasakan oleh konsumen (Binaraesa et al., 2021). Menurut Adrian (2022) *food quality* dapat didefinisikan sebagai kemampuan dan karakter suatu makanan untuk dapat disajikan sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen, serta dapat meningkatkan nilai suatu restoran.

Menurut Sugianto dan Sugiharto (2013) mempunyai beberapa faktor pembatas kualitas makanan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas rasa
- 2) Kuantitas atau porsi
- 3) Variasi menu dan variasi jenis masakan yang ditawarkan

- 4) Cita rasa yang khas
- 5) Higienitas
- 6) Inovasi

d. *Service Quality*

Perusahaan tidak dapat mengklaim diri telah memberikan kualitas terbaik lewat produk atau jasa pada pelanggan, sebab yang dapat mengambil kesimpulan baik dan tidaknya kinerja sebuah produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan hanyalah konsumen dan pelanggan (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Pengertian kualitas layanan atau *service quality* menurut Parasuraman et al. (1985) adalah evaluasi penilaian atas pengalaman terhadap pelayanan yang dialami apakah sesuai dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan. Che-Hua Chin., et al (2013) dalam Badalu (2021) mendefinisikan kualitas layanan sebagai sebuah penilaian kinerja yang mampu memberikan pengalaman kepada pelanggan sehingga tumbuh rasa kepuasan atas pelayanan perusahaan.

Menurut Parasuraman et al., (1985), *service quality* dibatasi oleh beberapa faktor, sebagai berikut:

- 1) Reliabilitas atau keandalan (*Reliability*)
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- 3) Jaminan (*Assurance*)
- 4) Empati (*Empathy*)
- 5) Bukti (*Tangibles*)

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen.
6. Untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen.
7. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Cleon Coffee and Eatery di Kabupaten Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung

maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan keberagaman ilmu, khususnya dalam bidang pemasaran mengenai pengaruh *food quality*, *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bagi para pembaca dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan penelitian lebih lanjut dan sebagai referensi bagi penulis yang menangani masalah yang sama.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, yaitu dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan dalam menyusun strategi bersaing dan evaluasi bagi perusahaan Cleon Coffee and Eatery dalam mempertahankan pelanggan.