

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis yang terus berkembang dan gaya hidup masyarakat yang sangat dinamis menjadikan kafe adalah salah satu alternatif untuk memanfaatkan waktu luang dan menjadi tempat untuk bersantai ditengah kepadatan aktivitas yang sudah mereka jalani sehari penuh, oleh karena itu kafe merupakan peluang bisnis yang sangat menarik karena terus berkembang seiring dengan gaya hidup masyarakat yang sangat dinamis.

Perkembangan bisnis kafe saat ini sudah mengalami peningkatan yang signifikan, peningkatan tersebut dapat terlihat di setiap kompleks perkantoran, pusat perbelanjaan dan beberapa kawasan di setiap sudut kota kita dapat dengan mudah menemukan sebuah kafe. Kafe yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan tempat yang dapat mereka gunakan untuk bersantai, berkumpul bersama teman, atau melakukan negosiasi bisnis. Namun tidak semua kafe banyak dikunjungi oleh konsumen, karena hanya kafe tertentu yang terlihat ramai pengunjung. Untuk itu penting bagi pemilik usaha untuk terus merancang konsep pemasaran yang tepat dan terus melakukan perbaikan sehingga dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

Menurut Griffin (2005:31) Prilaku pembeli yang setia (loyal) adalah orang yang melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk, merefrensikannya kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan

dari pesaing. Loyalitas merupakan suatu komitmen yang tinggi untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa yang disukai dimasa yang akan datang.

Menurut Marconi (2003:45) Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa adalah nilai harga, citra perusahaan, kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut, kepuasan yang dirasakan konsumen, kualitas pelayanan, garansi dijaminan.

Adanya perbedaan suksesnya organisasi-organisasi dan perbedaan kekuatan atau kelemahan organisasi, sering karena faktor lokasi. Agar usaha yang dijalankan dapat bersaing secara efektif, lokasi usaha haruslah strategis dan mudah untuk dijangkau. Apabila lokasi yang didirikan untuk usaha tidak strategis dan tidak nyaman maka yang akan terjadi adalah pelanggan tidak akan datang dan para pelanggan akan mencari kafe yang memiliki lokasi lebih strategis sehingga mudah untuk dijangkau. Hal ini menjadi suatu ancaman bagi perusahaan untuk berkembang.

Kualitas layanan menjadi hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Selain lokasi, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Menurut Tjiptono (2008:15) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan citra sebuah perusahaan, sebab menurut Selnes (dalam Sugihartono 2008 : 2) citra dapat diperkuat ketika konsumen mendapatkan kualitas pelayanan yang tinggi dan

akan menurun apabila konsumen mendapat kualitas yang rendah. Semakin baik citra perusahaan akan memberikan nilai tambah dan *positioning* bagi perusahaan di dalam pasar sehingga perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya. Reputasi dari sebuah perusahaan didefinisikan sebuah persepsi atas kualitas yang berkaitan dengan perusahaan itu sendiri. Sebuah perusahaan akan dapat juga mempengaruhi pembelian sebuah produk, sebab pembelian produk/jasa tidak hanya dipengaruhi pelayanan itu sendiri, tetapi faktor citra dari perusahaan itu ikut berpengaruh.

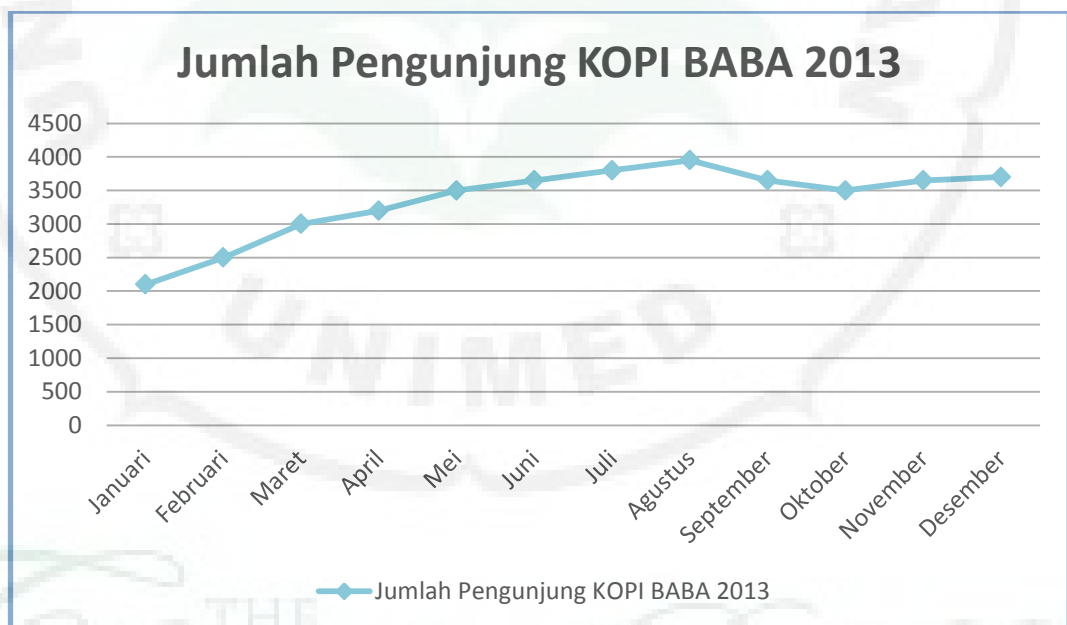
Beberapa penelitian telah dilakukan secara empiris, Rust dan Zahornik (dalam Faullant et al., 2008) menemukan bahwa untuk menarik konsumen baru, lima kali lebih mahal dari pada mempertahankan konsumen yang ada. Dikatakan bahwa kenaikan tingkat pemeliharaan menjamin penerimaan pada masa yang akan datang. Hal ini juga berlaku untuk jasa kafe karena pada pangsa pasar yang semakin tinggi, kesuksesan jasa kafe sangat tergantung pada analisis tentang menciptakan loyalitas pelanggan.

Dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang dinamis yang mendorong pemilik kafe KOPI BABA membuka kafe yang menawarkan kesan santai, nyaman dan tenang untuk berkumpulnya konsumen bersama teman/relasinya atau hanya ingin sekedar bersantai sambil menikmati menu yang disajikan dari kafe. Dengan memberikan kesan gaya klasik modern pada ruangan serta koleksi foto kuno dalam desain interior bangunannya yang menjadikan KOPI BABA lebih unggul dari yang lainnya. Pemilihan lokasi dari KOPI BABA sangat strategis, dekat dengan lingkungan masyarakat, sehingga mudah bagi pelanggan untuk

menjangkaunya. Kafe KOPI BABA yang menjadi tempat penelitian penulis adalah di Jl.Dr Mansyur Medan, dimana lokasi tersebut sudah dikenal menjadi salah satu tempatnya kuliner kota Medan. Untuk itu sudah dipastikan banyak usaha sejenis yang ada disekitaran kafe KOPI BABA, dengan tingkat persaingan yang tinggi. Berikut jumlah pengunjung kafe KOPI BABA selama tahun 2013 yang digambarkan dengan grafik sebagai berikut :

Gambar 1.1

Jumlah Pengunjung KOPI BABA 2013



Dari gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung di KOPI BABA tahun 2013 dari bulan Januari sampai bulan Agustus mengalami peningkatan pengunjung tiap bulannya. Pada bulan September mengalami penurunan jumlah pengunjung sebanyak 30 orang, namun di bulan berikutnya kembali naik dengan stabil. Meskipun naik-turunnya tingkat pengunjung kafe

KOPI BABA tidak terlalu tinggi tapi hal ini menunjukkan bahwa kafe KOPI BABA harus terus melakukan perbaikan pada kualitas pelayanan serta citra perusahaan. Turunnya tingkat jumlah pengunjung yang terjadi pada kafe KOPI BABA tentu karena adanya masalah yang dihadapi konsumen pada saat penggunaan jasanya, salah satu faktor kemungkinannya adalah mereka merasa tidak puas atas jasa yang ditawarkan perusahaan. Perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen dapat menjadi ukuran bagi loyalitas pelanggan yang berkunjung ke KOPI BABA. Meskipun letak lokasi kafe KOPI BABA strategis apabila tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik tentu akan berdampak buruk bagi kinerja perusahaan.

Atas latar belakang dan fenomena tersebut tentang pengaruhnya indikator yang relevan bagi loyalitas konsumen pada sebuah kafe, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul, **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan, Terhadap Loyalitas Pelanggan Di KOPI BABA Dr.Mansyur Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Sebagai perumusan masalah didalam penelitian ini sesuai dengan penjelasan latar belakang diatas , maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr.Mansyur Medan?

2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr.Mansyur Medan ?
3. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr.Mansyur Medan ?
4. Bagaimana pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr.Mansyur Medan ?

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menjaga kesimpangsiuran dalam penelitian ini serta mengingat keterbatasan waktu dan keterbatasan penulis maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr.Mansyur Medan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr. Mansyur Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr. Mansyur Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr. Mansyur Medan?
4. Apakah terdapat pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr. Mansyur Medan

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan-tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr. Mansyur Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr. Mansyur Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr. Mansyur Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di KOPI BABA Dr. Mansyur Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Selain tujuan penelitian yang ingin dicapai, di lain pihak ada manfaat dari penelitian ini yang diharapkan dapat berguna bagi penulis, bagi perusahaan, bagi Universitas Negeri Medan dan bagi pihak lain. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti

Sebagai pengembangan wawasan antara pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan kondisi lapangan pekerjaan sebenarnya, serta

menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai tambahan informasi dan bahan masukan bagi perusahaan dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun citra perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literature kepustakaan di bidang pemasaran tentang lokasi, kualitas pelayanan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya guna pengembangan lebih lanjut dan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang ingin meneliti objek yang sejenis.