

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Medan adalah ibu kota provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kota ini merupakan kota terbesar di Pulau Sumatera. Kota Medan merupakan pintu gerbang wilayah Indonesia bagian barat. Perkembangan kota Medan sebagai salah satu pusat perdagangan dan bisnis menimbulkan banyak perubahan. Perubahan yang paling jelas terlihat adalah timbulnya persaingan bisnis yang semakin meningkat. Hal ini ditandai oleh berdirinya usaha-usaha baru di Kota Medan khususnya di bidang kuliner. Berdirinya usaha-usaha baru menimbulkan daya saing yang semakin tajam antara sesama bisnis kuliner. Dimana usaha kuliner pendatang baru harus memiliki nilai lebih untuk mencapai keberhasilan dalam usaha ini. Seiring dengan perkembangan modern ini, bisnis kuliner merupakan suatu bisnis yang menjanjikan. Tak sekedar sebagai area makan saja, para pelanggan yang melihat banyaknya peluang dan manfaat yang mereka dapatkan saat berkunjung ke kafe tersebut. Antaranya menjadikan kafe sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi dan bertukar pikiran. Hal itu ditinjau dari gaya hidup masyarakat masa kini yang cenderung senang bertatap muka, bersantai dan berbincang-bincang.

Khususnya di Jalan Dr. Mansyur Medan, wilayah ini merupakan wilayah yang strategis karena wilayah ini berdekatan dengan salah satu Universitas Sumatera Utara (USU). Saat ini di Jalan Dr.Mansyur Medan sudah banyak didirikan berbagai usaha baru, terutama di bidang kuliner karena wilayah ini sangat potensial dan strategis bagi para konsumen. Dari hal tersebut

terlihat dampak yang signifikan dari tahun ke tahun di mana persaingan bisnis khususnya usaha kuliner semakin berkembang di wilayah ini. berbagai usaha kuliner yang terus berkembang dan bertambah di sepanjang Jalan Dr. Mansyur membuat semakin kuatnya persaingan usaha. Pemilik usaha ditantang secara tidak langsung untuk terus melakukan inovasi demi mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Dari semua usaha kuliner yang berada di Jalan Dr.Mansyur tersebut ada beberapa kafe antara lain My Cafe, Gardenia, Penang Corner. Dengan adanya berbagai kafe tersebut maka berdampak pula pada ketatnya persaingan di kafe Kongbox untuk mendapatkan pelanggan agar kafe mampu mendapatkan keuntungan dan terus berkembang. Membangun kepuasan pelanggan tidak segampang yang kita bayangkan karena membutuhkan proses panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan guna meyakinkan pelanggan bahwa kafe Kongbox merupakan kafe yang terbaik. Untuk selalu menjadi yang terbaik harus menjadi komitmen kafe Kongbox agar pelanggan tetap puas sehingga menimbulkan keinginan para pelanggan untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang ke kafe Kongbox.

Demi membuat kafe semakin ramai pengunjung, para pengelola menerapkan berbagai cara untuk menarik perhatian para pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan harga yang sesuai, memberikan pelayanan yang maksimal dan membuat suasana toko yang nyaman dan menarik. Bila hal ini terjadi maka akan muncul loyalitas pelanggan yang baik.

Faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Harga juga memainkan peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari produk tersebut. Dengan kesediaan petunjuk-petunjuk yang bersifat nyata, konsumen mengasosiasikan harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk yang tinggi pula. Sesuai dengan data yang

peneliti dapatkan pada kafe Kongbox bahwasanya harga pada kafe Kongbox terjangkau untuk kalangan mana pun. Penetapan harga yang tepat sesuai dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen, konsumen yang merasa puas dapat tercipta loyalitas konsumen. (Tjiptono, 2004: 24).

Kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh untuk kelangsungan hidup perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan pelanggan yang loyal untuk datang kembali ke kafe tersebut. Demikian halnya, terciptanya Store atmosphere atau suasana yang baik dan nyaman juga mendorong terciptanya loyalitas dibenak pelanggan yang merasa puas tersebut. Disini kafe harus menetapkan pelanggan sebagai aset yang sangat berharga, dengan memberi kan harga yang terjangkau, kualitas pelayanan dan store atmosphere yang berkualitas lebih baik dari para pesaingnya agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Loyalitas konsumen menjadi masalah setiap perusahaan karena konsumen memiliki kebebasan dalam memilih dan mendapatkan banyak pilihan yang menawarkan berbagai produk unggulan untuk menarik konsumen. Hal ini berlaku juga dalam industri kafe cepat saji, dimana banyak kafe yang bisa menjadi pilihan konsumen. Hal ini membuat persaingan menjadi semakin ketat dan untuk menghadapi persaingan tersebut setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar kondumen merasa puas dan akhirnya menjadi konsumen yang loyal.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan kunjungan awal terhadap kafe yang terletak di Jalan Dr.Mansyur Medan, yaitu kafe Kongbox. Dari hasil kunjungan tersebut peneliti mendapatkan data penjualan kafe Kongbox, data yang di dapat pada bulan Februari 2014 sampai April 2015, tingkat penjualan pada kafe tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1. berikut.

Tabel 1.1 Tingkat Penjualan Pertriwulan pada Kafe Kongbox Jalan Dr Mansyur Medan:

	<b>KAFE KONGBOX</b>			
<b>TRIWULAN</b>	<b>BULAN</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PERUBAHAN</b>	<b>PERSENTASE</b>

		<b>PENJUALAN</b>	<b>PERTRIWULAN</b>	<b>PERTRIWULAN</b>
TRIWULAN I 2014	FEBRUARI	Rp 58.916.000	Rp 188.441.000	15,70%
	MARET	Rp 63.200.000		
	APRIL	Rp 66.325.000		
TRIWULAN II 2014	MEI	Rp 69.125.000	Rp 218.075.000	18,17%
	JUNI	Rp 73.000.000		
	JULI	Rp 75.000.000		
TRIWULAN III 2014	AGUSTUS	Rp 78.500.000	Rp 237.200.000	19,76%
	SEPTEMBER	Rp 77.840.000		
	OKTOBER	Rp 81.350.000		
TRIWULAN IV 2014	NOVEMBER	Rp 84.500.000	Rp 259.545.000	21,62%
	DESEMBER	Rp 85.965.000		
	JANUARI	Rp 89.680.000		
RIWULAN I 2015	FEBRUARI	Rp 96.576.000	Rp 296.866.000	24,73%
	MARET	Rp 97.350.000		
	APRIL	Rp 102.760.000		

Sumber: kafe Kongbox,2015

Dari tingkat penjualan di atas, menunjukkan bahwa tingkat penjualan pada Kafe Kongbox menunjukkan penurunan pada bulan September 2014, dibandingkan pada bulan Agustus 2014. Akan tetapi mengalami kenaikan yang cukup signifikan pada bulan Oktober, November, Desember, Januari, Februari, Maret, April dengan tingkat kenaikan rata-rata 21,62% s/d 24,73% pertriwulanya. Jika dilihat secara keseluruhan selama 15 bulan terakhir, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan Kafe Kongbox mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yaitu terjadi perubahan rata-rata kenaikannya adalah 19,99% perbulan.

Jadi berdasarkan data dari sumber kafe kongbox peningkatan penjualan dari bulan oktober sampai dengan april dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan karena kafe kongbox memiliki sesuatu yang menarik, mengenai harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere yang

bagus sehingga konsumen merasakan sesuatu yang berbeda. Dengan melakukan pembelian secara teratur, membeli antar lini produk, merekomendasikan orang lain dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dan daya saing.

Tempat yang ditampilkan pada Kafe Kongbox menarik perhatian konsumen untuk datang, tidak hanya untuk makan dan minum saja tetapi ada juga remaja maupun orang dewasa yang datang hanya ingin berfoto-foto di Kafe Kongbox. Kualitas layanan pada Kafe Kongbox juga sangat bagus, terutama dari suasana kafe yang sangat mendukung dan menarik minat konsumen untuk datang kembali.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox. Hal ini dikarenakan lokasi pada kafe Kongbox ini sangat strategis dan letaknya juga dekat dengan kampus serta dekat dengan tempat bisnis lainnya. Kafe Kongbox selalu ramai dikunjungi masyarakat sehingga saya menduga adanya kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti tentang **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KAFE KONGBOX DI JALAN DR. MANSYUR MEDAN”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox?

3. Bagaimana pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere mempengaruhi loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Untuk mencegah adanya penafsiran yang salah dan pembahasan penelitian yang tidak terarah, maka penulis menetapkan batasan dan ruang lingkup penelitian, yaitu antara variabel harga, kualitas pelayanan, store atmosphere dan loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox di Jalan Dr. Mansyur Medan.

### **1.4 Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox di Jalan Dr. Mansyur Medan ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox di Jalan Dr. Mansyur Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox di Jalan Dr. Mansyur Medan ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara harga, kualitas pelayanan, dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox di Jalan Dr. Mansyur Medan?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox di Jalan Dr. Masyur Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox di Jalan Dr. Masyur Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox di Jalan Dr. Masyur Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan pada kafe Kongbox di Jalan Dr. Mansyur Medan.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah :

### **1. Bagi Penulis**

Sebagai wahana penambah wawasan dalam mengembangkan kemampuan dan pengalaman peneliti dalam berfikir secara ilmiah serta dapat mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan.

### **2. Bagi Perusahaan**

Diharapkan menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan loyalitas pelang.

### **3. Bagi Lembaga Universitas Negeri Medan**

Sebagai tambahan literatur kepustakaan dibidang penelitian mengenai pengaruh-pengaruh harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan.

#### 4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan.

