

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dunia modern seperti sekarang ini pola hidup masyarakat banyak mengalami perubahan dan semakin berkembang mengikuti zaman. Dengan berubahnya pola hidup masyarakat yang semakin modern tentu membuat kebutuhan masyarakat semakin meningkat. Melihat perkembangan kebutuhan masyarakat yang beragam ini tentu akan mendorong dunia bisnis menjadi kompetitif dan semakin memperketat persaingan.

Dalam dunia bisnis persoalan kualitas seperti sudah menjadi “ harga yang harus dibayar ” oleh perusahaan agar ia bisa *survive* dalam bisnisnya. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian, dan sejarah masyarakat. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk / jasa dalam hal kemampuan untuk memakai kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Selain itu, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Konsep Kotler (dalam Hasan,2009:274) bahwa produk merupakan segala sesuatu yang bernilai yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan. Kotler dan Armstrong (2008:347) berpendapat bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi Daya tahan, keistimewaan, kemampuan dan lain-lain.

Perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang baik, karena pelayanan yang baik merupakan kunci terpenting dalam meraih keberhasilan suatu perusahaan. Kotler (dalam Lupiyoadi, 2006:6) mendefinisikan pelayanan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007:71). Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Kualitas produk atau jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari konsumen terhadap perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas konsumen.

Menurut Sugiono (2009), hal eratnya korelasi kualitas pelayanan (X) dengan loyalitas Konsumen (Y) adalah sangat kuat karena berkisar antara 0,8-1,00 dan arahnya positif ini berarti apabila kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas konsumen juga semakin meningkat.

Berdasarkan pengamatan peneliti bisnis *café* sangat banyak serta menjanjikan karena dilihat gaya hidup masyarakat saat ini, lebih memilih sesuatu yang segalanya serba cepat dan praktis, termasuk salah satunya dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Seperti makanan, minuman kopi adalah sesuatu yang bersifat universal dan disukai banyak orang. Menurut *survey* Le

Meridien dari Paris, sebanyak 53% responden di seluruh dunia memilih minum kopi sebagai aktivitas paling ideal di pagihari, karena bisa meningkatkan kreatifitas. Hal ini yang memancing banyak investor untuk melakukan bisnis *cafe*, sehingga sampai sekarang bisnis *cafe* semakin berkembang di Indonesia. Salah satu pusat perdagangan dan bisnis yang menimbulkan banyak perubahan adalah kota Medan.

Perubahan yang paling jelas terlihat adalah timbulnya persaingan bisnis yang semakin meningkat. ini ditandai oleh berdirinya usaha-usaha baru di Kota Medan khususnya di bidang *cafe*. Dengan berdirinya usaha-usaha baru menimbulkan daya saing yang semakin tajam sesama bisnis *cafe*, dimana usaha *cafe* harus memiliki nilai lebih terutama pada faktor kualitas produk dan kualitas layanan untuk mempengaruhi kepuasan konsumen, karena produk dan pelayanan yang sudah dikenal baik maka akan menimbulkan kepercayaan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut dan menimbulkan loyalitas konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk adalah Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen kualitas layanan. Kualitas layanan yang baik yang diberikan perusahaan akan memberikan rasa nyaman kepada konsumen dan dapat menciptakan loyalitas konsumen, sehingga meningkatkan omset penjualan. Assegaf (2009) menyebut kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk, kebutuhan atau keperluan psikologi. Perusahaan harus memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan

yang baik dari segi waktu, tempat dan bentuk dan kebutuhan para konsumen. Kebutuhan dapat diberikan usaha *Cafe* seperti pelayanan karyawan yang ramah dan juga penampilan yang bersih, rapi sehingga menimbulkan kesan nyaman bagi konsumen. Apabila kedua faktor ini telah berjalan dengan baik, sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai dan diharapkan akan menimbulkan loyalitas konsumen.

Ketertarikan peneliti untuk memilih Kampoes Coffee sebagai objek penelitian bahwa terdapat permasalahan terjadi perihal penurunan pengunjung dari Kampoes Coffee dikarenakan kurangnya perhatian perusahaan dalam pengembangan kualitas produk seperti produk yang disajikan kepada konsumen sudah tidak memiliki cita rasa yang biasanya diberikan sesuai dengan keinginan konsumen, ini menyebabkan tidak adanya perkembangan dan inovasi terhadap produk-produk mereka. Dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang memuaskan dikarenakan kurangnya keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan seperti kurangnya kebersihan, kurangnya keramahan, kecepatan dalam melayani konsumen, konsumen yang kurang puas atas produk dan pelayanan yang diberikan dapat menyebabkan konsumen tersebut tidak ingin lagi membeli secara berulang-ulang. Melihat kondisi demikian ini merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh Kampoes Coffee agar dapat bertahan dalam usaha yang dijalankan.

Berikut data yang diperoleh peneliti dari Kampoes Coffee :



**Tabel 1.1**  
**Kualitas Produk Kampoes Coffee**  
**Oktober 2017 sampai Mei 2018**

NO	Jenis Coffee	Kualitas
1	Kopi Hitam	Kualitas kopi yang diberikan kepada konsumen berasal dari daerah gayo dan sibolga, kopi hitam ini ada dua jenis yaitu Arabika dan Robusta yang asli tanpa ada campuran lain, kopi memiliki kafein yang tidak begitu tinggi sehingga aman untuk dikonsumsi tetapi pada saat ini kampoes kopi hanya memakai kopi robusta dari sibolga.
2	Kopi Balek	Kopi balek ini juga sama jenisnya dengan kopi hitam tapi yang membedakannya yaitu sensasi dalam penyeduhan kopi yang diberikan kepada konsumen.
3	Kopi Tubruk	Kopi yang dibuat dengan mendidihkan biji kopi bersama dengan gula. Kopi tubruk biasanya diberikan variasi rasa dengan menambahkan susu krimmer bukan susu kental manis.
4	KopiMilo	Kopi hitam yang dicampurkan dengan coklat instan sebagai pemanis tambahan sehingga menghasilkan rasa yang nikmat dan memiliki cita rasa yang khas.
5	Sanger	Kopi yang diseduh dengan campuran kopi hitam, susu krimmer dan gula. Kopi diseduh dan dicampurkan dengan susu krimmer, dan gula lalu dikocok hingga berbuih. Aroma dan rasa kopi menjadi hilang dan didominasi rasa manis karena dibuat dengan campuran krimmer. Seharusnya kopi sanger dibuat dengan mencampurkan susu kental manis.
6	Kopi Coklat	Kopi hitam yang didalamnya ditambahkan coklat bubuk sebagai perasa kopi.
7	Cappucino	Minuman khas yang dibuat dari espresso dan susu yang asli, memiliki aroma yang khas saat dinikmati.
8	Coffee Latte	Kopi yang dibuat dengan campuran espresso dan susu. Hal yang membedakan coffee latte dengan cappucino ialah cara membuatnya yakni dalam coffee latte, susu dimasak dengan temperatur tertentu hingga menghasilkan <i>foam</i> yang halus dan tidak tebal. Sehingga cita rasa coffee latte cenderung <i>milky</i> (lebih dominan terasa susu yang penuh dimulut saat menikmatinya).
9	Moccachinno	Minuman kopi yang berasal dari daerah Mocha, Yaman. Dibuat dari campuran espresso, coklat

		bubuk dan susu panas.
10	Avocoffee	Minuman kopi yang dibuat dengan campuran kopi dan buah pokat. Minuman ini memiliki cita rasa yang unik.
11	Kampoes Coffee	Yaitu kopi yang yang dibuat oleh kampoes kopi dengan racikan rahasia yang menimbulkan rasa yang berbeda dan aroma yang wangi
12	Kopi Susu Telur (KST)	Minuman dibuat dengan campuran kopi, susu dan telur. Minuman ini dipercaya mampu mengembalikan stamina penikmat saat diminum karena memiliki kandungan protein dan kalsium yang seimbang yang terdapat dari susu dan telur.
13	Kopi Tarik	Minuman kopi yang berasal dari daerah Aceh. Kopi yang dibuat dengan campuran kopi dan susu. Keunikan kopi ini ialah ada pada cara pembuatannya yakni dengan menarik-narik air kopi dari satu gelas ke gelas lainnya. Hal ini dimaksudkan agar tercipta buih-buih kental yang ada di lapisan teratas kopi sehingga cita rasanya pun semakin nikmat.

Sumber: Kampoes Coffee, Jalan Selamat kataren, Medan, Provinsi Sumatera Utara

**Tabel 1.2**  
**Data Kualitas Pelayanan di Kampoes Coffee**  
**Oktober 2017 sampai Mei 2018**

NO	Pelayanan	Kualitas
1	Keramahan	Kurangnya keahlian karyawan dalam Berkomunikasi dengan baik kepada konsumen, baik dalam menyampaikan segala informasi yang dibutuhkan konsumen dengan tepat guna, dan memberikan senyum, sapa dan salam kepada konsumen.
2	Kenyamanan	Memberikan fasiltias-fasilitas mendukung seperti lahan parkir yang luas, bangunan fisik yang terawat, peralatan dan perlengkapan yang lengkap dan memadai,
3	Empati	Kurangnya antusias karyawan dalam melayani konsumen dengan penuh perhatian, kurangnya memperhatikan segala permintaan konsumen, dan kurangnya menanggapi kritik

		dan saran yang diberikan oleh konsumen.
4	Daya tanggap	Kurang tanggap dalam melayani permintaan konsumen, memberikan pesanan konsumen dengan dan membuat konsumen menunggu teralalu lama.
5	Asuransi	Memberikan jaminan penggantian pesanan kepada konsumen ketika pesanan tidak sesuai dengan permintaan.
6	Akses	Lokasi Kampoes Coffee yang sangat strategis dan mudah untuk dijangkau dan memberikan akses Wifi kepada konsumen sebagai media untuk mempermudah konsumen bertukar informasi.
7	Kompetensi	Kurangnya keterampilan Pegawai Kampoes Coffee dalam menjelaskan informasi kepada konsumen atas ketidak tahuan konsumen perihal menu khusus di kampoes Coffee, sehingga konsumen merasa tidak puas.

Sumber: Kampoes Coffee, Jalan Selamat kataran, Medan, Provinsi Sumatera Utara

**Tabel 1.3**  
**Data Costumer di Kampoes Coffee**  
**25 April 2018 sampai 25 Mei 2018**

Minggu	Jumlah Costumer	Perubahan	Presentase
I	770		
II	1225	455	59,09%
III	1058	-167	-21,69%
IV	1015	-43	-5,58%

Sumber: Kampoes Coffee, Jalan Selamat kataran, Medan, Provinsi Sumatera Utara  
(telah diolah untuk penelitian ini, 2018)

Berdasarkan observasi peneliti di Kampoes Coffee, pasang surutnya jumlah konsumen yang datang mengunjungi Kampoes Coffee ini terjadi karena kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan Kampoes Coffee, hal ini dapat

dilihat pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 yang berisi data kualitas produk dan kualitas pelayanan. Pada tabel tersebut terdapat banyak kualitas yang kurang baik dari segi produk maupun pelayanan.

Berdasarkan hasil wawancara di Kampoes Coffee, Jalan Selamat Kataren, Medan jumlah konsumen yang mengunjungi Kampoes Coffee mengalami penurunan. Penurunan jumlah konsumen yang dialami Kampoes Coffee dapat dilihat dalam beberapa minggu, penurunan dapat dilihat pada minggu ketiga dan keempat, namun pada minggu kedua jumlah konsumen Kampoes Coffee pada bulan Mei 2018 mengalami peningkatan disebabkan kampoes coffee membuat promo dan potongan harga pada semua menu yang ada di kampoes coffee. Berdasarkan latar belakang dan data yang diberikan oleh pihak kampoes coffee maka penulis tertarik untuk diatas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KAMPOES COFFEE JALAN SELAMAT KATAREN MEDAN PROVINSI SUMATERA UTARA”**



## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Kampoes Coffee Jalan Selamat Ketaren Medan Provinsi Sumatera Utara.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Kampoes Coffee Jalan Selamat Ketaren Medan Provinsi Sumatera Utara.
3. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Kampoes Coffee Jalan Selamat Ketaren Medan Sumatera Provinsi Utara.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di uraikan di atas, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini agar menjadi fokus dan mendapat kualitas penelitian yang baik, maka fokus masalah yang diteliti yaitu“Pengaruh kualitas produk dan kualitas Pelayanan terhadap loyalitas konsumen Kampoes Coffee Jalan Selamat Kataren Medan Provinsi Sumatera Utara”

#### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Kampoes Coffee Jalan Selamat Ketaren Medan Provinsi Sumatera Utara?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Kampoes Coffee Jalan Selamat Ketaren Medan Provinsi Sumatera Utara?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Kampoes Coffee Jalan Selamat Ketaren Medan Provinsi Sumatera Utara?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Kampoes Coffee Jalan Selamat Ketaren Medan Provinsi Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Kampoes Coffee Jalan Selamat Ketaren Medan Provinsi Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Kampoes Coffee Jalan Selamat Ketaren Medan Provinsi Sumatera Utara.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai studi perbandingan antara teori dengan kenyataan yang terjadi di dalam perusahaan terutama mengenai judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas dalam menambah pengetahuan bagi penulis.

### 2. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan sumbangan ilmiah dan diharapkan dapat dijadikan informasi dan Sebagai bahan masukan atau tambahan bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnis dan aplikasinya, dalam menyangkut langkah-langkah strategi pemasaran yang berorientasi pada loyalitas konsumen

### 3. Bagi Lembaga Pendidikan Unimed

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan input yang berguna dan menjadi sumber pengetahuan serta bisa dijadikan referensi bagi semua pihak yang memerlukan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Dan menjadi bahan Literatur di Perpustakaan Unimed.

### 4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi terlebih bagi yang ingin memperdalam penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen