

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu faktor pendorong penting bagi perusahaan adalah kualitas pelayanan, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen (Kusmarini, Sumarwan, & Simanjuntak, 2020). Menurut Griffin (2005) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Emir (2016) bahwa kualitas layanan dan suasana secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Lebih lanjut menurut Kusmarini, Sumarwan, & Simanjuntak (2020) yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah dimensi kualitas pelayanan (tangible, kehandalan, jaminan, daya tanggap dan empati), kualitas produk dan *atmosphere*. Kemudian menurut Utami (2016) *responsiveness* mempunyai hubungan terhadap loyalitas pelanggan yaitu kesediaan dan kesigapan para karyawan untuk membantu dan melayani pelanggan dengan segera, berpengaruh secara langsung dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, penelitian ini memfokuskan pada loyalitas pelanggan pada Wimpy Burger Cafe Medan dengan mempertimbangkan hasil kajian yang dilakukan oleh Emir (2016), Kusmarini, Sumarwan, & Simanjuntak (2020) dan Utami (2016) bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh *responsiveness* dan *store atmosphere*.

*Store Atmosphere* adalah suasana cafe yang bertujuan untuk menciptakan atau memperkuat kecenderungan pengunjung untuk membeli atau produk (Heung & Gu, 2012). Berdasarkan observasi dan wawancara yang

dilakukan pada tanggal 9-15 Oktober 2019 diperoleh data bahwasannya suasana dan tata letak cafe yang tidak strategis membuat suasana tidak kondusif. Dimana, letak antar meja pelanggan dengan meja pelanggan lainnya terlalu rapat dan letak meja pelanggan dengan panggung *live music* sangat dekat dengan letak meja pelanggan. Sehingga, membuat pelanggan tidak bebas dalam berinteraksi antara pelanggan maupun dengan pelayanan cafe.

*Responsiveness* adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas (Lupiyoadi, 2013). Berdasarkan, hasil survei yang dilakukan pada tanggal 4-15 Oktober 2019 diketahui bahwa pelayanan di Wimpy Burger Cafe Medan kurang cepat dan tanggap. Lebih lanjut, pelayanan yang kurang teliti dalam melayani pesanan pelanggan, sehingga pesanan yang sudah di pesan lama tidak dihidangkan. Kemudian, pelayan Wimpy Burger Cafe Medan kurang ramah saat menghidangkan makanan di meja pelanggan. Ditambah, karyawan juga sering melakukan kesalahan bahwa karyawan salah meletakkan pesanan yang seharusnya bukan pesanan pada meja tersebut.

Menurut Griffin (2005) Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali. Berdasarkan, hasil survei yang dilakukan pada tanggal 4-15 Oktober 2019 diketahui bahwa Wimpy Burger Cafe Medan mempunyai program pembuatan member bagi para pelanggan. Pelanggan yang menjadi member yang sering datang untuk menikmati sajian di Wimpy Burger Cafe Medan akan diberikan poin. Member dan point ini yang akan menjadi dasar bagi Wimpy Burger Cafe

Medan menilai ke loyalitasan pelanggannya. Transaksi dalam satu pelanggan bisa mencapai Rp. 300.000- Rp.700.000. Keuntungan menjadi member adalah bisa mendapatkan potongan harga dari hasil poin yang di dapat.

Berdasarkan permasalahan yang diketahui maka penelitian ini berjudul **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *RESPONSIVENESS* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Suasana cafe tidak kondusif dan tata letak meja yang tidak strategis.
2. Staff cafe kurang tanggap dan teliti dalam melayani konsumen.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan pada latarbelakang, identifikasi dan pembatasan masalah sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah suasana (*store atmosphere*) wimpy burger cafe medan mempengaruhi loyalitas pelanggan ?
2. Apakah kesigapan (*responsiveness*) wimpy burger cafe medan mempengaruhi loyalitas pelanggan ?
3. Apakah *store atmosphere* dan *responsiveness* wimpy burger cafe medan mempengaruhi loyalitas pelanggan ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Apakah *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan mempengaruhi pelanggan di wimpy burger cafe medan ?

2. Apakah *responsiveness* terhadap loyalitas pelanggan mempengaruhi pelanggan di wimpy burger cafe medan ?
3. Apakah *store atmosphere* dan *responsiveness* terhadap loyalitas pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan di wimpy burger cafe medan ?

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Sebagai wadah penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Selain itu sebagai sarana meningkatkan kemampuan penulis dalam berfikir ilmiah khususnya yang berkaitan dengan masalah pengaruh *Store Atmosphere* dan *Reponsiveness* terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat melakukan langkah yang tepat untuk dapat mengatur ulang cara pelayanan cafe terhadap konsumen sehingga dapat memperbaiki kekurangan yang ada, dan pihak manajemen mampu menetapkan solusi dan kebijakan perusahaan disamping maraknya pesaing-pesaing di bidang usaha kuliner.

3. Bagi Lembaga Pendidikan Unimed

Menambah literature kepustakaan Universitas Negeri Medan di bidang pemasaran khususnya, tentang *Store Atmosphere* dan *Responsiveness* terhadap Loyalitas Pelanggan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi atau bahan literatur bagi penelitian lanjutan dan dapat dijadikan acuan atau rujukan untuk melakukan penelitian lebih lanjut baik mengenai judul yang sama maupun tema yang lainnya.



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY