

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman saat ini banyak mempengaruhi gaya hidup masyarakat dan banyak menimbulkan bisnis-bisnis baru. Setiap bisnis baru tersebut yang meliputi bisnis skala kecil, skala menengah dan skala besar menimbulkan persaingan yang semakin ketat (Rini, 2018). Salah satu usaha yang tengah marak saat ini adalah bisnis Food & Beverage (F&B) atau bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang mengedepankan pelayanan dan manfaatnya dapat dirasakan konsumen pada tempat tersebut. Salah satu contoh yang masuk ke bisnis ini adalah Rumah Kopi Pardosir.

Rumah Kopi Pardosir merupakan salah satu bisnis cafe yang berlokasi di Simpang Perkantoran Parbaba, Kecamatan Pangururan, Samosir dan berdiri sejak tahun 2017. *Coffee Shop* ini menjual berbagai jenis minuman kopi, jus dan juga makanan berat dan makanan ringan. Sejak berdirinya *Coffee Shop* ini pada tahun 2017 hingga sekarang, *Coffee Shop* ini sudah cukup dikenal oleh masyarakat sekitar dan sudah memiliki banyak pelanggan mulai dari remaja hingga orang dewasa. Biasanya mereka akan menghabiskan waktu di Rumah Kopi Pardosir baik untuk sekedar bersantai ataupun untuk melakukan suatu pekerjaan. Namun banyaknya jumlah konsumen suatu cafe tidak dapat diukur loyalitasnya melainkan dari seberapa sering konsumen tersebut melakukan pembelian bahkan merekomendasikannya (Kotler, 2015).

Loyalitas konsumen adalah sikap unit pengambilan keputusan agar bisa melakukan pembelian terus menerus pada produk atau jasa yang telah dipilih

(Griffin, 2022). Loyalitas merupakan sikap setia yang ditunjukkan oleh seseorang terhadap suatu individu atau kelompok. Konsumen yang loyal terhadap suatu produk atau jasa tertentu cenderung terikat pada perusahaan tersebut dan akan melakukan pembelian ulang pada merk yang sama meskipun banyak tersedia alternatif lain. Tingkat sikap loyal konsumen di Rumah Kopi Pardosir masih terlihat belum cukup tinggi atau belum cukup baik jika dilihat berdasarkan hasil pra survey yang telah dilakukan penulis pada 22 orang responden (Nahartyo) yang pernah berkunjung ke Rumah Kopi Pardosir dan dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Loyalitas Konsumen di Rumah Kopi Pardosir**

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya selalu rutin berkunjung ke Rumah Kopi Pardosir.	45,5%	54,5%
2.	Saya tetap setia terhadap Rumah Kopi Pardosir walaupun banyak usaha sejenis yang menyediakan layanan yang sama.	40,9%	59,1%
3.	Saya merekomendasikan Kopi Pardosir kepada teman untuk menikmati layanan yang sama.	46,5%	53,5%

*Sumber: Hasil pra survey.*

Berdasarkan hasil jawaban responden pada tabel 1.1 lebih dari 50% konsumen menjawab “tidak” untuk setiap item pertanyaan. Pada pertanyaan 1, 2 dan 3 sebanyak 54,5% lebih menggambarkan rendahnya minat konsumen dalam melakukan pembelian ulang atau berkunjung ke Rumah Kopi Pardosir. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal menurut (Griffin, 2013) seperti kualitas pelayanan

yang diterima oleh konsumen belum memuaskan, banyaknya pilihan produk yang sejenis bagi konsumen ditempat lain, kesibukan konsumen, jarak rumah konsumen dengan cofeeshop yang cukup jauh. Itu semua tentunya akan mempengaruhi pengalaman yang akan ditangkap atau diingat oleh konsumen. Keadaan lingkungan masyarakat juga mempengaruhi loyalitas konsumen. Dimana masyarakat di lingkungan Rumah Kopi Pardosir masih tergolong cukup perhitungan dalam melakukan kunjungan secara rutin ke Rumah Kopi Pardosir dan keterbatasan konsumen.

Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Menurut Griffin (2013), faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen. Pelayanan yang diharapkan adalah yang baik, cepat, tepat, dan nyaman. Jika kualitas pelayanan yang diterima pelanggan kurang dari yang mereka harapkan, mereka akan kehilangan minat terhadap perusahaan tersebut. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diterima pelanggan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi kepentingan pelanggan, pelanggan akan lebih cenderung bersikap setia atau setia kepada perusahaan tersebut. Hasil pra-survei yang dilakukan oleh peneliti, yang dijawab oleh 22 orang responden, menunjukkan tingkat kualitas pelayanan di Rumah Kopi Pardosir, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 1.3 berikut.

**Tabel 1.2 Pra Survey Kualitas Pelayanan di Rumah Kopi Pardosir**

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Kopi Pardosir tepat waktu dalam mengantarkan pesanan konsumen	54,5%	45,5%
2	Saya merasa nyaman ketika berkunjung karena Rumah Kopi Pardosir memberikan pelayanan yang sopan	50%	50%
3	Karyawan Rumah Kopi Pardosir memberikan daya tanggap yang cepat terhadap keluhan konsumen.	45,5%	54,5%
4	Rumah Kopi Pardosir memiliki fasilitas yang lengkap untuk digunakan konsumen	36,4%	63,6%

Sumber: Pra Survey

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, sebanyak 50% lebih responden menjawab untuk setiap pertanyaan yang ada. Hal ini menggambarkan bahwa Rumah Kopi Pardosir belum mampu memuaskan konsumennya melalui kualitas pelayanan yang mereka berikan. Seperti pada pernyataan 1 sebanyak 54,5% menjawab Rumah Kopi Pardosir cukup dapat diandalkan dalam melayani konsumen, namun sebanyak 45,5% menyatakan kurang tepat waktu karena keterbatasan jumlah karyawan yang hanya 3 orang, sehingga konsumen lama menunggu pesanan mereka ketika sedang ramai pengunjung. Sehingga pihak Rumah Kopi Pardosir tidak bisa optimal dalam melayani konsumen. Pada pernyataan ke 2, sebanyak 50%, konsumen merasa tidak nyaman ketika berada Rumah Kopi Pardosir terbuka dan karena lokasi nya yang

dekat dengan jalan besar serta banyak kendaraan yang berlalu lalang menyebabkan kondisi cafe shop menjadi bising dan mudah terkena polusi udara. Disisi lain pada pernyataan ke 3, sebanyak 54,5% konsumen menilai bahwa Rumah Kopi Pardosir tidak tanggap dalam mengatasi kebutuhan konsumen. Misalnya ketika produk pesanan konsumen tidak tersedia atau habis maka seharusnya karyawan Rumah Kopi Pardosir inisiatif untuk menyediakan produk pengganti dan menawarkannya kepada konsumen tanpa harus membuat konsumen menunggu lama. Pada pernyataan ke 4, sebanyak 63,6% konsumen menyatakan bahwa fasilitas yang disediakan oleh Rumah Kopi Pardosir juga masih seadanya tanpa memperhatikan keindahan dan kenyamanan saat menggunakan fasilitas tersebut. Seperti wifi yang tidak ada, WC yang seadanya.

Berdasarkan hasil pra survey pada tabel 1.2 tentang kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan di Rumah Kopi Pardosir masih rendah dinilai oleh konsumen. Sehingga diduga menjadi penyebab rendahnya loyalitas pelanggan di Rumah Kopi Pardosir.

Selain faktor kualitas pelayanan, pengalaman juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen (Griffin, 2013). Konsumen yang memiliki pengalaman positif akan merekomendasikan untuk melakukan pembelian ulang ditempat yang sama kepada orang di sekitarnya, sehingga menghasilkan konsumen yang setia (Rahmawati, 2018). Pengalaman konsumen Rumah Kopi Pardosir tentunya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang telah diterimanya selama berada di Rumah Kopi Pardosir. Jika kualitas pelayanannya baik dan memuaskan maka pengalaman konsumen juga pasti positif, dan sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan maka konsumen juga akan

mendapat pengalaman yang cenderung negatif. Berikut penulis lampirkan hasil pra survey pengalaman dengan 22 orang responden yang diberikan pada konsumen Rumah Kopi Pardosir.

**Tabel 1.3 Pra Survey Pengalaman Konsumen di Rumah Kopi Pardosir**

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya senang berkunjung ke Rumah Kopi Pardosir karena makanan dan minuman yang disajikan memiliki rasa yang enak.	50%	50%
2	Saya merasa senang ketika berkunjung ke Rumah Kopi Pardosir karena pelayanan yang diberikan sangat baik	45,5%	54,5%

Sumber: Hasil pra survey

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa pada pernyataan pertama sebanyak 50% konsumen merasakan bahwa produk yang ditawarkan dalam Rumah Kopi Pardosir enak sehingga tidak mengecewakan harapan konsumen. Pada pernyataan kedua, sebanyak 54,5% konsumen menganggap bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Kopi Pardosir belum masuk dalam kategori sangat baik. Yang berarti masih ada kekurangan dalam tata cara pelayanan Rumah Kopi Pardosir yang membuat konsumen kurang puas sehingga akan mempengaruhi sikap loyalitas konsumen.

Begitu pun juga dengan hasil pra survey pada tabel 1.3 tentang pengalaman konsumen, dapat disimpulkan bahwa pengalaman konsumen di Rumah Kopi Pardosir kurang baik diduga karena kualitas pelayanan yang belum memuaskan

konsumen, sehingga diduga menjadi penyebab rendahnya loyalitas konsumen. Oleh karena itulah, penelitian ini penting untuk dilakukan.

Selain itu masih ada terdapat beberapa perbedaan hasil penelitian terdahulu. Seperti hasil penelitian oleh Martua (2018), kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan yang telah diberikan oleh perusahaan dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan karena senang dengan pelayanan yang mereka terima. Ketika konsumen sudah mempercayai perusahaan tersebut, maka konsumen akan bersikap loyal terhadap perusahaan. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maisya (2019), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan.

Begitu juga dengan perbedaan hasil penelitian terkait pengalaman konsumen. Seperti penelitian yang dilakukan Jumawar, E & Nurmatian, E (2021) menyatakan bahwa pengalaman konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan menurut Setiawati, L & Susanti, A. (2022) menyatakan bahwa pengalaman konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Dengan permasalahan yang telah diuraikan diatas dan karena adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti pada variabel kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Di Rumah Kopi Pardosir Samosir”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Rendahnya loyalitas konsumen di Rumah Kopi Pardosir
2. Konsumen tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Kopi Pardosir
3. Adanya pengalaman konsumen yang tidak positif karena kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Kopi Pardosir tidak memuaskan.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, fokus penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Rumah Kopi Pardosir?
2. Apakah pengalaman konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Rumah Kopi Pardosir?
3. Apakah kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Rumah Kopi Pardosir?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Rumah Kopi Pardosir
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen di Rumah Kopi Pardosir
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen di Rumah Kopi Pardosir.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan sebagai masukan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan kedepannya lebih baik lagi dalam mewujudkan loyalitas konsumen.

2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, pengalaman konsumen dan juga tentang loyalitas konsumen.