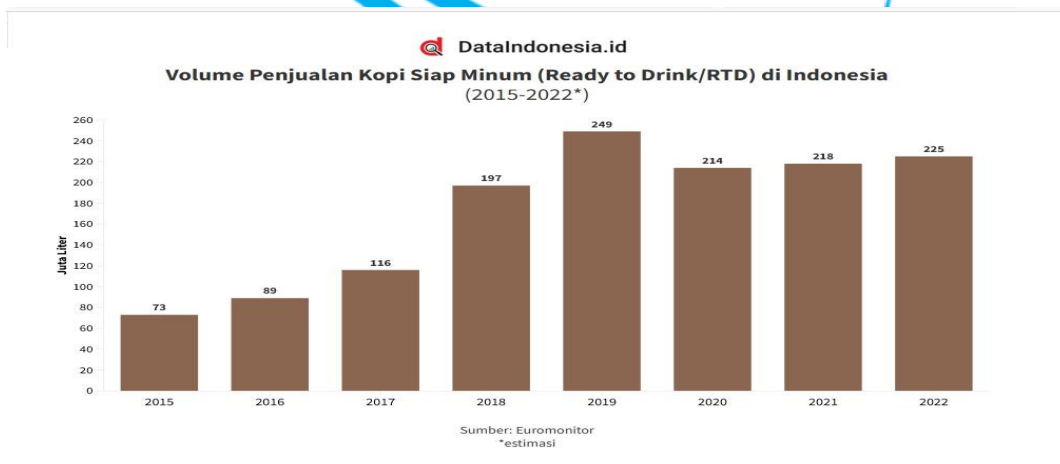


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya gaya hidup yang semakin pesat, tingkat stress yang semakin tinggi membuat masyarakat membutuhkan tempat untuk sekedar melepas lelah atau mencari tempat *refreshing* yang bisa menyegarkan suasana kembali. *Coffee shop* atau kedai kopi menjadi salah satu pilihan yang *favorit* di masyarakat. Disamping sudah menjadi budaya khusus di Indonesia, masyarakat terbukti mempunyai niat yang amat besar untuk mengunjungi tempat yang di gemari semua usia ini. Kedai kopi sering juga disebut *coffee house*, *coffee shop*, atau *café* merupakan istilah yang digunakan untuk tempat yang melayani pesanan kopi atau minuman hangat lainnya. Kedai kopi memiliki karakteristik seperti bar atau restoran, tapi berbeda dengan kafetaria. Banyak kedai kopi yang tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga teh bersama dengan makanan ringan. Pergeseran budaya membuat keberadaan kedai kopi atau *coffee shop* semakin diakui masyarakat. Peran media-media yang sering mensosialisasikan kedai kopi mendukung perkembangan warung khusus kopi ini. Masyarakat Indonesia awalnya mengenal kedai kopi sebagai tempat yang relatif sepadan dibandingkan *cafe* atau *coffee shop* dalam definisi masyarakat barat.



Gambar 1.1
Data Volume Penjualan Kopi Siap Minum 2015-2022
(Sumber : Data Indonesia.id 2015-2022)

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas volume kopi siap minum terus meningkat sejak 2015 hingga 2019. Namun, angkanya sempat menurun pada 2020 akibat pandemi Covid-19 yang melanda di Indonesia. Dua tahun setelahnya, penjualan kopi siap minum kembali meningkat.

Di antara kedai kopi tersebut ada yang dapat menarik minat calon konsumen yang akhirnya melakukan pembelian, bahkan menjadi konsumen tetap yang loyal, tetapi ada juga yang tidak dapat menarik konsumen sehingga harus gulung tikar. Peran produk Lingga Coffee sangat diutamakan untuk menjual kopi untuk konsumen yang datang, oleh sebab itu selain bisa membuat kopi di satu sisi juga dituntut untuk bisa membangun sebuah hubungan terhadap kesetiap konsumen yang datang sehingga bisa menciptakan keterbukaan antara konsumen dan sang penjual. Dengan kemampuan mengelola kualitas produk ke konsumen, harapannya akan menciptakan keterbukaan dari konsumen agar lebih dekat dan akan meningkatkan *benefit* terhadap Lingga Coffee itu sendiri. Kepercayaan antara konsumen dan penjual penting karena kepercayaan meningkatkan kepuasan konsumen dan niat beli ulang sehingga menjadi konsumen yang loyal.

Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan konsumen sebagai salah satu kekuatan kunci sukses dalam bisnis. Konsumen yang loyal memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. Loyalitas konsumen adalah sikap positif suatu perusahaan, komitmen yang mempunyai niat untuk meneruskan pembelian di masa datang, hal ini dapat berlangsung jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutuskan ikatan kuat antara konsumen dan perusahaan. Loyalitas konsumen merupakan faktor yang dapat memberikan berbagai keuntungan bagi pemasar. Oleh sebab itu segala upaya dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mempertahankan maupun meningkatkan loyalitas konsumen menurut Asmuji dalam Aries Andi Nurcahyo (2019).

Loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen saling berhubungan satu dengan lainnya Loyalitas konsumen tergantung kepada kepuasan konsumen tersebut. Jika konsumen merasa puas maka dia akan melakukan pembelian ulang, yang akhirnya menjadi konsumen yang loyal, namun jika tidak puas maka

konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang. Hubungan antara nilai loyalitas dan kepuasan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan lokasi. Menurut Lupiyoadi dalam Septi Puspitasari (2019) Kualitas Pelayanan merupakan faktor penyebab kepuasan konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran produk dari produsen kepada konsumen. Dengan adanya bauran lokasi produk serta layanan yang ditawarkan kepada konsumen mudah untuk didapatkan baik dari segi fisik, jangkauan, serta biaya Manampiring & Wenas, (2016). Jika konsumen memiliki sikap positif terhadap suatu barang maka konsumen akan merasa puas sehingga konsumen tersebut akan merasakan kepuasan dan berkunjung kembali untuk menjadi konsumen loyal, Lingga Coffee sendiri memiliki konsumen yang loyal. Namun seiring berjalannya usaha mengakibatkan penurunan loyalitas konsumen karena adanya persaingan *coffee shop* atau kedai kopi yang semakin banyak di kota karawang penurunan loyalitas konsumen yang dialami oleh Lingga Coffee membeli atau berpindah kepada produk pesaing. Hal tersebut bisa dikatakan bahwa loyalitas konsumen untuk membeli ulang produk Lingga Coffee menurun.

Tabel 1.1
Data Loyalitas Konsumen Di Lingga Coffee 2022

No	Bulan	Jumlah Konsumen Tetap
1	Juli	65
2	Agustus	60
3	September	55
4	Oktober	50
5	November	45
6	Desember	40

(Sumber: Lingga Coffee)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen loyal di Lingga Coffee terus menurun dari bulan ke bulan. Banyak hal yang bisa terpengaruh oleh loyalitas konsumen. Hal ini mungkin dikarenakan banyaknya pesaing *coffee shop* atau kedai kopi sehingga mengakibatkan tingkat loyalitas konsumen semakin menurun.

Mengacu pada pemerolehan data penjualan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Maka dapat diketahui data penjualan dari Lingga Coffee dari bulan Juli – Desember tahun 2022 yaitu :



Gambar 1.2
Data Penjualan Lingga Coffee 2022
(Sumber: Arsip Penjualan Lingga Coffee 2022)

Berdasarkan Gambar 1.2 diatas dapat diketahui bahwa penjualan tahun 2022 di Lingga Coffee mengalami penurunan di setiap bulannya dikarenakan kualitas pelayanan yang kurang baik dan lokasi yang kurang strategis sehingga konsumen merasakan ketidakpuasan pada kedai kopi atau *coffe shop* Lingga Coffee.

Tabel 1.2
Data Komplain Konsumen Lingga Coffee 2022

No	Komplain konsumen	Jumlah Komplain Konsumen
1	Lokasi yang kurang strategis	6
2	Tempat parkir yang kurang strategis	8
3	Toilet Lingga Coffe yang kurang bersih	6
4	Ruang AC di Lingga Coffe yang kurang dingin	6
5	Kurang ramahnya pelayan pada konsumen	8
6	Pelayan sering terjadi human error	6
7	Lamanya pembuatan produk makanan	3
8	Kurangnya pengetahuan tentang menu	2
9	Pengiriman produk tertunda	4

10	Pelayanan yang tidak memuaskan	4
11	Konsumen harus menjelaskan berulang-ulang	2

(Sumber: Lingga Coffee)

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas diketahui banyaknya komplain konsumen yang di berikan kepada Lingga Coffee yang di akibatkan oleh karyawan karena kurang puasny pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan lokasi yang kurang strategis menyebabkan pindahnya konsumen kepada pesaing.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dan membentuk loyalitas konsumen yaitu kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen. Menurut Cravens & Piercy dalam Sari, dkk, (2020), menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu performa produk atau jasa, citra merek, hubungan harga dengan nilai, kinerja karyawan, persaingan, sistem pengiriman produk tepat waktu dan hubungan kepuasan dengan konsumen.

Tabel 1.3
Research Gap Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

No	Nama Peneliti	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
1	Silvya I. Mandey (2019)	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Royal's Resto And Function Hall Di Kota Ternate	Ada pengaruh yang nyata atau signifikan variabel kepuasan konsumen terhadap variabel loyalitas konsumen
2	Dewi (2018)	Pengaruh Corporate Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel The Lovina Bali	Kepuasan konsumen memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen

(Sumber: Google Scholar)

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas hasil penelitian yang dilakukan oleh Tjandra, Andriani, Kaihatu, dan Nugroho (2016) Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2015) Kepuasan konsumen memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen, berbeda halnya juga dengan Dharma (2017) Kepuasan konsumen juga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian diatas merupakan hasil dari penelitian yang berkaitan dengan variabel kepuasan konsumen atau konsumen dimana terdapat pengaruh yang berbeda dari hasil penelitian tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas pelayanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya dan adapun korelasi dari kualitas pelayanan dan lokasi dari bukti fisik seperti lahan parkir yang strategis akan mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Lingga Coffee merupakan bisnis *coffee shop* dengan menjual berbagai jenis minuman kopi atau non kopi selain jenis kopi Lingga Coffe juga menyediakan jenis makanan dan biasanya di jadikan tempat nongkrong oleh banyak orang dan saat ini loyalitas konsumen Lingga Coffee mengalami penurunan di karenakan kurang baiknya seorang karyawan memberi jasa layanan terhadap konsumen.

Tabel 1.4

Data Komplain Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan 2022

No	Komplain konsumen	Jumlah konsumen
1	Kurang ramahnya pelayan pada konsumen	8
2	Pelayan sering terjadi human error	6
3	Lamanya pembuatan produk makanan	3
4	Kurangnya pengetahuan tentang menu	2
5	Pengiriman produk tertunda	4
6	Pelayanan yang tidak memuaskan	4
7	Konsumen harus menjelaskan berulang-ulang	2

(Sumber: Lingga Coffee)

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas diketahui banyaknya komplain konsumen yang di berikan kepada Lingga Coffee yang di akibatkan oleh karyawan karena kurang puasny pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Tabel 1.5
Research Gap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Nama Peneliti	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ajis Setiawan (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
2	Putranto (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketetapan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

(Sumber: Google Scholar)

Berdasarkan Tabel 1.5 diatas hasil penelitian yang dilakukan oleh Andari (2017) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Putranto (2016) dimana hasilnya menunjukan Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian diatas merupakan hasil dari penelitian yang berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan dimana terdapat pengaruh yang berbeda dari hasil kedua penelitian tersebut.

Selain Kualitas pelayanan Permasalahan lainnya pada Lingga Coffee ini yaitu lokasi yang kurang strategis Lingga Coffee yang berlokasi di J9H5+CCM , Jl. Bendungan Walahar, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41371. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu faktor lokasi. Apabila lokasi yang strategis, maka dapat dijangkau konsumen dengan mudah dan dapat menimbulkan kepuasan tersendiri. Perusahaan juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena Ketersediaan tempat parkir Lingga Coffee memadai dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak

dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha (Situmeang, 2017).

Tabel 1.6
Research Gap Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Nama Peneliti	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
1	Widyaningsih Putri Ariyanti (2022)	Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan
2	Hasanuddin, M (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone	Bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan meskipun pengaruh yang dihasilkannya adalah positif

(Sumber: Google Scholar)

Berdasarkan Tabel 1.6 diatas hasil penelitian yang dilakukan oleh Dulkhatif dkk (2016) memberikan bukti bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanuddin, M (2016) dimana hasilnya menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan meskipun pengaruh yang dihasilkannya adalah positif. Penelitian diatas merupakan hasil dari penelitian yang berkaitan dengan variabel lokasi dimana terdapat pengaruh yang berbeda dari hasil kedua penelitian tersebut.

Lingga Coffee yang berlokasi di J9H5+CCM , Jl. Bendungan Walahar seberang Smk Texmaco Karawang, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41371. Lingga Coffee merupakan bisnis *coffee shop* dengan menjual berbagai jenis minuman kopi atau non kopi selain jenis kopi Lingga Coffee juga menyediakan jenis makanan dan biasanya di jadikan tempat nongkrong oleh banyak orang. Jadi, *coffee shop* tidak hanya di dimanfaatkan sebagai tempat untuk ngopi, tapi juga untuk berbagai kegiatan lainnya.

Sebelumnya peneliti melakukan penelitian terlebih dahulu dengan mewawancarai terhadap beberapa konsumen yang datang ke Lingga Coffee. Beberapa konsumen tersebut menyatakan bahwa kualitas dan produk Lingga

Coffee sangat baik dan menarik, harga produknya terjangkau dan sesuai dengan kualitasnya.

Lingga Coffee mengalami sedikit masalah tentang jumlah penjualan yang mengalami penurunan yang cukup signifikan, karena kualitas pelayanan karyawan belum maksimal kepada konsumen dan lokasi yang kurang strategis, tempat parkir yang sempit. Perusahaan harus memperhatikan kekurangannya tersebut diatas karena akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan berdampak terhadap penurunan Loyalitas Konsumen. Oleh karena itu, Lingga Coffee harus mampu melakukan perubahan strategi dan mampu mengimbangi para pesaing.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian guna melakukan pembuktian apakah kejadian empiris sama dengan teori yang ada dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Terhadap Loyalitas Konsumen Lingga Coffee”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan dalam masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Kurangnya kualitas pelayanan di Lingga Coffee.
2. Adanya komplain dari konsumen terhadap kepuasan di Lingga Coffee.
3. Persaingan bisnis di bidang kuliner semakin kompetitif.
4. Mengurangnya loyalitas konsumen pada Lingga Coffee.
5. Terjadinya ketidakstabilan penjualan di karenakan lokasi yang kurang strategis.
6. Tidak adanya inovasi dalam mempromosikan produk Lingga Coffee.

1.3 Batasan Masalah

Mengingat begitu banyak permasalahan yang harus diselesaikan, agar penelitian ini membahas lebih tepat dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan perlunya pembatasan masalah berdasarkan pembahasan di atas.

1. Penelitian ini berada dalam bidang ilmu manajemen khususnya bidang Manajemen Pemasaran.
2. Penelitian ini ditunjukan kepada konsumen dan loyalitas konsumen Lingga Coffee.

3. Penelitian ini membahas tema kajian meliputi pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen yang berdampak terhadap loyalitas konsumen Lingga Coffee.
4. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisa deskriptif dan verifikatif.
5. Responden yang akan di teliti adalah konsumen Lingga Coffee.
6. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur dengan alat bantu analisis menggunakan SPSS 16.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan Lingga Coffee?
2. Bagaimana lokasi Lingga Coffee?
3. Bagaimana kepuasan konsumen Lingga Coffee
4. Bagaimana loyalitas konsumen Lingga Coffee?
5. Bagaimana korelasi antara kualitas pelayanan dengan lokasi Lingga Coffee?
6. Bagaimana pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Lingga Coffee?
7. Bagaimana pengaruh parsial lokasi terhadap kepuasan konsumen Lingga Coffee?
8. Bagaimana pengaruh simultan kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Lingga Coffee?
9. Bagaimana pengaruh parsial kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Lingga Coffee?
10. Bagaimana pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Lingga Coffee?
11. Bagaimana pengaruh tidak langsung lokasi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Lingga Coffee?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan kualitas pelayanan Lingga Coffee.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan lokasi strategis Lingga Coffee.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan kepuasan Lingga Coffee.
4. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan loyalitas konsumen Lingga Coffee.
5. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan korelasi antara kualitas pelayanan dan lokasi Lingga Coffee.
6. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Lingga Coffee.
7. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Lingga Coffee.
8. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Lingga Coffee.
9. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Lingga Coffee.
10. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Lingga Coffee.
11. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Lingga Coffee.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan selanjutnya, terutama dalam bidang manajemen pemasaran yang dapat memberikan

sumbangan penelitian ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

- b. Hasil penelitian ini secara akademis diharapkan dapat dijadikan bahan dalam pengembangan model pengukuran kinerja organisasi sektor publik dan dapat dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi *coffe shop* Lingga Coffee dalam rangka menentukan kualitas pelayanan serta lokasi dan kepuasan konsumen mengenai loyalitas konsumen Lingga Coffee.

