

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan gaya hidup anak muda di perkotaan saat ini cenderung menyukai tempat yang nyaman dan di dukung adanya makanan dan minuman untuk menemani waktu berkumpul bersama teman, kerabat ataupun keluarga. Tempat favorit mereka untuk berkumpul adalah *Coffee Shop*. *Coffee Shop* merupakan usaha yang saat ini mudah sekali untuk kita temui. Semakin banyaknya *Coffee Shop* yang bermunculan, membuat masing-masing pemain di industri ini harus pandai dalam melakukan inovasi. Hal itu juga membuat persaingan menjadi ketat dan saling berkompetisi dalam merebut pasar serta menarik konsumen tersebut agar melakukan pembelian sehingga menjadi loyal untuk terus mengunjungi *Coffee Shop* tersebut.

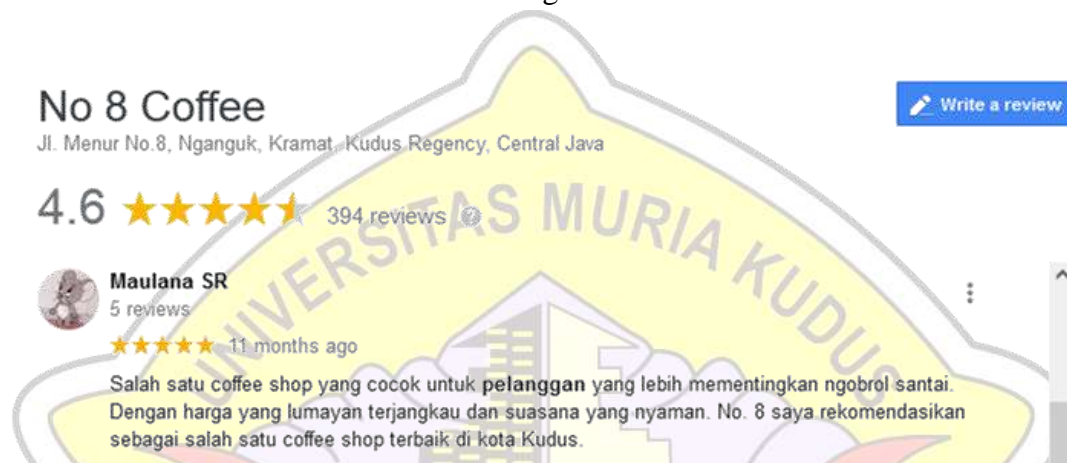
Sehubungan dengan perkembangan usaha *Coffee Shop* yang sangat pesat ini menuntut para pengusaha untuk menciptakan kreativitas dan berlomba-lomba untuk menarik konsumen agar dapat datang ke *Coffee Shop* tempatnya dijadikan tempat favorit bagi konsumen, tentunya pemilik *Coffee Shop* harus bisa membuat nyaman mungkin tempat tongkrongannya. Berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dan memicu para pengusaha *Coffee Shop* untuk menetapkan kepentingan kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya agar usahanya dapat bertahan karena konsumen yang loyal. (Putra, 2018:1) menyatakan loyalitas bisa terbentuk dari dasar saat konsumen sudah mengalami kepuasan. Konsumen yang sudah mencapai tingkat kepuasan yang tinggi akan memiliki ikatan pada merek

perusahaan, bukan hanya preferensi rasional. Kepuasan konsumen merupakan hasil akumulasi konsumen atau pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa. Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang dihasilkan dari proses evaluasi konsumen terhadap apa yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan termasuk kebutuhan dan keinginan yang terkait dengan keputusan pembelian itu sendiri.

Salah satu *coffeshop* yang menarik perhatian di Kudus adalah No. 8 Coffee Kudus. Café yang berlokasi di Jl. Menur No. 8 Nganguk, Kramat Kecamatan Kudus Kabupaten Kudus selalu ramai pengunjung terutama pada malam sore dan malam hari. Hasil pra-survei dan wawancara mengenai bisnis resto ini, dalam perkembangannya No. 8 Coffee memiliki sistem manajemen yang berusaha untuk menarik konsumen agar loyal dengan cara membuat konsep café yang unik, yaitu dengan menggunakan tema “selayaknya rumah” dimana *coffeeshop* ini berharap pelanggannya dapat menikmati kopi dengan nyaman layaknya berada di rumah, *coffeeshop* ini buka dari pukul 09.00 sampai dengan 21.00 dan berlokasi di lantai 2 dengan latar belakang pemandangan gunung Muria sehingga konsumen bisa menikmati menu yang disediakan oleh No. 8 Coffee sembari menikmati pemandangan alam.

Selain menawarkan suasana coffee shop yang unik, No. 8 Coffee juga menyediakan berbagai menu kopi filter dari berbagai daerah yang langsung diseduh oleh Barista dengan harga yang terjangkau yaitu mulai dari Rp.18.000,- (delapan belas ribu rupiah) sampai dengan Rp.23.000,- (dua puluh tiga ribu rupiah). No. 8 Coffee juga menyediakan fasilitas parkir yang luas, wifi gratis,

audio musik dan kamar mandi bersih yang dapat dimanfaatkan konsumen. No. 8 Coffee memiliki tempat yang cukup luas yang dapat menampung hingga 300 konsumen. Tentunya Coffee Shop ini cocok untuk dijadikan tempat berkumpul bersama keluarga, teman maupun pasangan. Berikut adalah penilaian loyalitas konsumen No. 8 Coffee berdasarkan Google *Review*:



Sumber : Google *Review* (2021)

### **Gambar 1.1** **Loyalitas Konsumen**

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa salah satu pelanggan mengatakan No.8 Coffee merupakan salah satu *coffeeshop* yang cocok untuk pelanggan yang lebih mementingkan ngobrol santai, dengan harga yang lumayan terjangkau dan suasananya yang nyaman sehingga No. 8 Coffee layak direkomendasikan dan sebagai salah satu *coffeeshop* terbaik di kota Kudus. Hal ini membuat No. 8 Coffe Kudus harus mempertahankan kualitasnya agar tidak mengecewakan konsumen serta agar dapat mempertahankan loyalitas konsumennya sehingga kelangsungan usaha dapat terus berjalan dan berkembang. Selain loyalitas konsumen, kepuasan konsumen tidak kalah penting diperhatikan

oleh pelaku usaha. Berikut adalah penilaian kepuasan konsumen No. 8 Coffee Kudus:



Sumber : Google Review (2021)

### **Gambar 1.2** **Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan gambar diatas terdapat salah satu konsumen yang menyatakan bahwa No. 8 Coffee Kudus memiliki tempat yang kecil namun penuh dengan pengunjung, kopi yang terasa enak serta koneksi *wifi* yang kencang, pelayanan ramah sehingga betah berlama-lama, selain itu No. 8 Coffee Kudus juga mendapatkan rating sebesar 4,6. Artinya konsumen merasa puas dengan pelayanan, harga dan produk yang disediakan oleh No. 8 Coffee Kudus. Hal ini membuat No. 8 Coffee Kudus harus mempertahankan kualitasnya agar produk dan pelayanan yang disediakan No. 8 Coffee Kudus sesuai dengan harapan konsumen sehingga akan mempertahankan kepuasan konsumen.

Loyalitas dan kepuasan konsumen sangat dibutuhkan oleh setiap usaha, agar kelangsungan usaha dapat terus berjalan dan berkembang. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan konsumen adalah *price*, *store*

*atmosphere* dan kualitas pelayanan. Harga memiliki peran yang penting dalam loyalitas pelanggan, semakin murah harga suatu produk maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi harga yang murah tidak dapat menjamin produk itu bagus kualitasnya, apabila ada produk yang lebih bagus kualitasnya tetapi harganya yang lebih tinggi juga dapat menciptakan loyalitas pelanggan (Minawati, 2017:2). Pada tingkat harga tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya dan konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari nominal uang yang mereka keluarkan (Umami dkk, 2019:251). Berikut adalah penilaian konsumen mengenai harga produk No. 8 Coffee Kudus:



Sumber : Google Review (2021)

**Gambar 1.3**  
*Price*

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa salah satu konsumen menyatakan bahwa No. 8 Coffee Kudus memiliki kopi yang enak, barista yang siap menolong dan membantu konsumen serta harga yang bersahabat. Artinya No. 8 Coffee Kudus memiliki harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang baik. Hal ini membuat No. 8 Coffe Kudus harus terus mempertahankan harga

yang terjangkau untuk segala kalangan konsumen namun tetap mempertahankan kualitas produknya.

Faktor kedua adalah *store atmosphere*. Timbulnya minat konsumen dalam melakukan pembelian juga dipengaruhi oleh strategi yang diterapkan pelaku usaha yaitu produk yang bagus dan menarik, suasana toko yang nyaman serta pelayanan yang memuaskan (Agustin dkk, 2019:65). *Store atmosphere* yang baik mampu membuat konsumen menikmati seluruh proses pembelian yang ditawarkan retailer dan memberikan rasa betah untuk berlama-lama di dalam toko tersebut sehingga akan menimbulkan rasa puas (Listiono dan Sugiato, 2015:2). Berikut adalah penilaian konsumen mengenai *store atmosphere* No. 8 Coffee Kudus:



Sumber : Google Review (2021)

**Gambar 1.4**

***Store Atmosphere***

Berdasarkan gambar diatas salah satu konsumen menyatakan bahwa No. 8 Coffee Kudus memiliki produk yang mantap, pelayanan yang bagus namun ruangan *Coffeeshop* yang kurang luas dan serta kurang parkir yang kurang nyaman. Hal ini berarti bahwa No. 8 Coffee Kudus memiliki *coffeeshop* yang sempit sehingga kurang bisa menampung konsumennya.

Faktor ketiga adalah kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan suatu proses untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi apa yang diinginkan oleh pelanggan (Tjiptono, 2012:215). Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu usaha, maka akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas maka akan membeli ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama selain itu kepuasan yang dirasakan konsumen akan berdampak pada loyalitas konsumen (Tjiptono, 2012:154). Berikut adalah penilaian konsumen mengenai kualitas pelayanan No. 8 Coffee Kudus:



**Gambar 1.5**

### **Kualitas Layanan**

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa salah satu konsumen menyatakan bahwa No. 8 Coffee Kudus merupakan tempat yang asyik untuk nongkrong dan ngopi santai. Tersedia berbagai macam jenis kopi, pelayanan

ramah, penyajian cepat dan harga yang terbilang murah. Artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh No. 8 Coffee Kudus sudah bagus dimata konsumen. Namun hal tersebut membuat No. 8 Coffee Kudus harus terus mempertahankan kualitas pelayanannya agar tidak mengecewakan konsumen.

Adanya perbedaan penelitian terdahulu menjadi latarbelakang dalam penelitian ini. Iriyanti dkk (2016) dan Agustin dkk (2019) menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Namun Maskur dkk (2016) mengungkapkan hasil sebaliknya yakni harga tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Putra (2018) mengatakan bahwa harga mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan. Hasil tersebut tidak didukung oleh Aprilia dan Hadi (2016) yang menyatakan bahwa harga tidak dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Listiono dan Sugiarto (2015) dan Agustin dkk (2019) mengungkapkan dalam penelitiannya jika *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil sebaliknya diungkap oleh Rorimpandey dkk (2017) dan Fauzi (2018) yang menyatakan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan Listiono dan Sugiarto (2015), Safitri dkk (2017) dan Prayogo dkk (2015) menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil berbeda diungkap oleh Putri dkk (2016) *store atmosphere* tidak mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Agustina dkk (2015), Aprilia dan Hadi (2016) dan Putra (2018) mengatakan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara



positif dan signifikan. Namun Musqari dan Huda (2018) mengungkapkan hasil berbeda yakni kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara negatif dan tidak signifikan. Agustina dkk (2015) dan Putra (2018) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif dan signifikan. Hasil sebaliknya diungkap Mutmainah (2020) yakni kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara negatif tidak signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Agustina dkk (2015), Aprileny dan Regar (2018) menyatakan kepuasan konsumen dapat mempengaruhi loyalitas konsumen secara positif signifikan. Hasil lain diungkap oleh Suprpti dan Suparmi (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak mampu mempengaruhi loyalitas.

Sebuah penyedia layanan dituntut untuk memberikan suatu produk atau jasa dengan kualitas yang baik, baik dalam segi kualitas produk, kualitas pelayanan ataupun dapat memberikan harga produk atau jasa yang lebih terjangkau, sehingga konsumen akan merasa kebutuhannya terpenuhi serta akan menciptakan sebuah kepuasan dari dalam diri konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Price, Store Atmosphere* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Di No. 8 Coffee Kudus)”**.

## **1.2. Ruang Lingkup**

Untuk menghindari luasnya permasalahan, maka ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada masalah berikut:

1. Objek penelitian adalah seluruh konsumen No. 8 Coffee Kudus.
2. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen.
3. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *price*, *store atmosphere* dan kualitas layanan.
4. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen No. 8 Coffee Kudus.

### 1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan dapat diketahui terdapat beberapa masalah yang ada No. 8 Coffee Kudus, yaitu:

1. No. 8 Coffee layak direkomendasikan dan sebagai salah satu *coffeeshop* terbaik dikota Kudus. Hal ini membuat No. 8 Coffe Kudus harus mempertahankan kualitasnya agar konsumen tetap loyal.
2. No. 8 Coffee harus mempertahankan kualitasnya agar produk dan pelayanan yang disediakan No. 8 Coffee Kudus sesuai dengan harapan konsumen.
3. No. 8 Coffee Kudus harus terus mempertahankan harga yang terjangkau untuk segala kalangan konsumen namun tetap mempertahankan kualitas produknya.
4. No. 8 Coffee Kudus memiliki ruangan *Coffeeshop* yang kurang luas dan serta kurang parkir yang kurang nyaman.
5. No. 8 Coffee Kudus harus terus mempertahankan kualitas pelayanannya agar tidak mengecewakan konsumen.

Berdasarkan uraian masalah di atas dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *price* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen No. 8 Coffee Kudus ?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen No. 8 Coffee Kudus ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen No. 8 Coffee Kudus ?
4. Apakah *price* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen No. 8 Coffee Kudus ?
5. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen No. 8 Coffee Kudus ?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen No. 8 Coffee Kudus ?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *price* terhadap loyalitas pelanggan No. 8 Coffee Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan No. 8 Coffee Kudus.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan No. 8 Coffee Kudus.
4. Untuk mengetahui pengaruh *price* terhadap kepuasan pelanggan No. 8 Coffee Kudus.
5. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan No. 8 Coffee Kudus.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan No. 8 Coffee Kudus.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen No. 8 Coffee Kudus.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

##### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan studi yang memberikan bukti empiris terkait dengan loyalitas dan kepuasan konsumen serta dapat dijadikan sebagai bahan literatur untuk sumber referensi pada penelitian selanjutnya.

##### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen No. 8 Coffee Kudus tentang perlunya manajemen dalam mengelola *price*, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan dalam mempertahankan loyalitas dan kepuasan konsumen guna keberlangsungan usaha.