

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pelanggan merupakan hal penting dan merupakan tujuan dari setiap perusahaan, karena pelanggan merupakan asset yang paling berharga yang menentukan dapat tidaknya perusahaan tersebut tumbuh dan berkembang. Usaha yang dilakukan produsen untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin dan mempertahankan pelanggan tersebut di tengah persaingan yang sangat ketat perlu adanya upaya pemasaran yang lebih inovatif. Pelanggan bisa dengan mudah berpindah kepada kompetitor yang menjanjikan penawaran yang lebih baik dengan harga yang lebih rendah (Akbar, 2018). Dengan demikian perusahaan perlu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Cafe merupakan industri yang berkembang pesat terutama di perkotaan, hal itu dikarenakan kawasan perkotaan merupakan lokasi yang strategis dan juga mayoritas penduduknya sudah bekerja, dampaknya adalah jika jumlah sebuah penduduk semakin banyak, kemungkinan akan dapat pangsa yang juga semakin besar. Sektor bisnis cafe yang juga masuk ke dalam bidang *beverages and food* merupakan diantara usaha yang disukai oleh banyak kalangan masyarakat, hal itu dikarenakan selain dapat hasil laba yang tinggi, makanan merupakan kebutuhan pokok manusia (Koko, 2019).

Sektor kedai kopi mempunyai masa depan cerah khususnya di negara Indonesia dan bisnisnya tidak terlalu sukar untuk dilakukan. Selain itu,

kegiatan ini tidak mudah dipengaruhi oleh kondisi perekonomian, bahkan ketika situasi di perekonomian daerah sedang mengalami krisis.

Pelaku sektor bisnis cafe harus mampu menyadari dan mengusahakan bahwa pelanggan harus dapat merasakan sebuah kepuasan ketika pelanggan datang di cafe tersebut. Apabila pelanggan sudah merasakan suatu kepuasan, maka dapat tumbuh suatu loyalitas pelanggan di mana hal tersebut akan memberikan dampak yang baik dan menjadi suatu keuntungan tersendiri bagi cafe yaitu terjadinya peristiwa yang disebut *repeat buying* (Priscilla dan Edwin, 2013). Pelaku sektor bisnis cafe yang sadar betapa pentingnya loyalitas pelanggan akan selalu memikirkan meliputi tiga variabel yang akan sangat berpengaruh dalam bisnis mereka yaitu *relationship marketing*, *product quality*, dan harus tercipta kepuasan pelanggan.

*Relationship marketing* menurut (Saputra dan Ariningsih, 2014) merupakan sebuah konsep strategi pemasaran yang berupaya menjalin hubungan jangka panjang dengan para pelanggan, yaitu mempertahankan hubungan yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan yang dapat membangun transaksi ulangan dan menciptakan loyalitas pelanggan

Gilaninia (Gilaninia, 2018) menyebutkan bahwa eksistensi dari sebuah perusahaan tergantung pada pelanggan dari perusahaan tersebut dan usaha lebih dari perusahaan untuk mempertahankan pelanggan tersebut dalam waktu yang lama. Salah satu cara untuk selalu meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan menggunakan *relational marketing*.

Kualitas makanan (*product quality*) pada suatu tempat makan atau cafe perlu selalu ditingkatkan. Hal tersebut dikarenakan bahwa setiap pelanggan yang datang ke tempat makan ataupun ke sebuah cafe adalah untuk menyantap makanan. Tempat makan atau cafe perlu adanya pelatihan terhadap pekerja agar dapat terus menerus menyajikan hidangan yang lezat, menarik dan bergizi. Tempat makan ataupun cafe yang dapat menyajikan produk yang berkualitas, tentu akan menjadikan pelanggan puas dan selalu ingin kembali lagi ke cafe tersebut.

Mempertahankan loyalitas pelanggan lebih sulit dari pada mendapatkannya, untuk itu sangat penting memberikan pelayanan terbaik untuk menciptakan kepuasan pelanggan sehingga terbina hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan. Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan, Barnes (Barnes, 2018) menegaskan bahwa untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan harus meningkatkan kepuasan dan mempertahankan kepuasan tersebut dalam jangka panjang.

Salah satu cafe yang berkembang di Jepara adalah Café Monokopi Jepara. Café Monokopi Jepara merupakan salah satu cafe yang berlokasi di dekat jalan Utama, tepatnya di Jl. Pemuda No.9a, Potroyudan XIII, Potroyudan, Kec. Jepara, Kabupaten Jepara.

Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan sektor bisnis cafe, muncul sebuah ancaman dan tantangan. Sektor usaha yang berkecimpung pada bisnis lini ini wajib mampu bersaing, dengan berbagai cara seperti menyiapkan berbagai strategi jitu sehingga sektor bisnis yang dijalankan mampu terus

bertahan dan selalu berkembang, hal itu dikarenakan setiap sektor usaha pasti mempunyai sebuah tujuan.

Akan tetapi di tengah ketatnya persaingan bisnis café dan tuntutan akan kepuasan pelanggan, masih ada keluhan dari konsumen Café Monokopi yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Keluhan Konsumen Café Monokopi**

No	Keluhan
1	Tidak teraturnya penataan parkir
2	Gelas yang dipakai masih cup plastik
3	Tempat yang terlalu kecil
4	Tidak adanya menu makanan

Hasil Wawancara dengan pemilik Café Monokopi (2023)

Kondisi tidak teraturnya penataan parkir dikarenakan lahannya yang sempit dan tidak diizinkan ada tukang parkir supaya pelanggan tidak perlu mengeluarkan uang tambahan meskipun harus secara mandiri menata kendaraanya masing-masing. Alasan tidak adanya menu makanan karena kedai kafenyanya berada dalam satu lingkungan dengan Brugge Café yang menjual makanan dan snack dan juga café Monokopi memang ingin fokus pada produk minuman seperti olahan Kopi, Latte, sedikit produk Teh dan soda. Kemudian untuk cup plastik disediakan untuk layanan take away atau minuman yang varian Ice untuk layanan dine in atau di tempat. Selain itu, berdasarkan wawancara dengan pemilik café bahwa alasan penggunaan cup plastik supaya bisa portable dan dapat leluasa dibawa oleh pelanggan untuk pergi. (2023)

Terdapat perbedaan penelitian terdahulu kaitannya dengan variabel *relationship marketing*, *product quality*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Anggun Pangastuti (Pangastuti, 2022), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Relationship Marketing, Service Quality Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Sor Sawo Ponorogo)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan pada kedai kopi Sor Sawo Ponorogo. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan pada kedai kopi Sor Sawo Ponorogo. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan pada kedai kopi Sor Sawo Ponorogo.

Elvi Rahmi dan Nora Pitri Nainggolan (Rahmi, 2023) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Relationship Marketing, Perceived Quality dan Servicescape Terhadap Loyalitas Pelanggan De’ Kampung Cafe”. Hasil penelitian diperoleh yakni Relationship Marketing berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan De’ Kampung Café. Nur Laely, dkk (Laely, 2020) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Marketing* dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan: Studi Konsumen McDonald’s Kediri”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial dan simultan Customer Relationship Management dan Kualitas Layanan, masing – masing memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Lisa Jolanda Catherine Polimpung (Polimpung, 2020) melakukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas

konsumen pada Rumah Makan Patene di Makassar”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap variabel *relationship marketing* pada Rumah Makan Patene memiliki pengaruh secara parsial dan serempak atas loyalitas konsumen di sana. Selain itu, hasil juga menunjukkan bahwa pengaruh yang dimiliki adalah pengaruh yang positif.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas terdapat adanya perbedaan, sehingga masih menimbulkan *research gap*. Berdasarkan kesenjangan yang ditemukan dalam penelitian, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian, mengingat sumber pendapatan utama perusahaan adalah keinginan untuk mencapai pembelian (*repurchasetention*) pelanggan. Maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Relationship Marketing* Dan *product Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Café Monokopi Jepara)”**.

## 1.2. Ruang Lingkup

Peneliti akan menunjukkan keterbatasan ruang lingkup penelitian agar pembahasan dalam penelitian ini dapat lebih mendalam dan tidak melampaui batas permasalahan yang ada. Ruang lingkup penelitian ini adalah:

- 1.2.1. Variabel endogen pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan, adapun variabel eksogennya adalah *relationship marketing*, *product* dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
- 1.2.2. Obyek penelitian ini adalah Café Monokopi Jepara.

1.2.3. Responden penelitian ini adalah pelanggan Café Monokopi sejumlah 110 orang.

1.2.4. Waktu penelitian ini dilakukan selama 1 bulan yaitu bulan Mei tahun 2024.

### 1.3. Perumusan Masalah

Masalah pada variabel *product quality* adalah tidak tersedianya menu makanan dan snack sehingga dapat mempengaruhi kepuasan. Jika muncul masalah dalam kepuasan pelanggan karena variabel *product quality*, maka akan mengurangi loyalitas pelanggan sehingga diperlukan upaya-upaya untuk mengatasinya. Pada café monokopi tidak adanya diskon harga untuk acara tertentu dan diskon untuk rombongan makan bersama yang tentunya juga dapat mempengaruhi *relationship marketing*. Berdasarkan data yang diperoleh, penjualan café Monokopi mengalami penurunan ketika tidak ada diskon atau promo, seperti pada bulan Juni tanpa ada promo penjualan, terjadi penjualan sebanyak 765 cup, sedangkan pada bulan Juli ketika ada promo, penjualan bertambah menjadi 998 cup.

Rumusan masalah memunculkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1.3.1. Bagaimana pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pelanggan pada Café monokopi Jepara?

1.3.2. Bagaimana pengaruh *product quality* terhadap kepuasan pelanggan pada Café monokopi Jepara?

- 1.3.3. Bagaimana pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Café monokopi Jepara?
- 1.3.4. Bagaimana pengaruh *product quality* terhadap loyalitas pelanggan pada Café monokopi Jepara?
- 1.3.5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Café monokopi Jepara?

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

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1. Menganalisis pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pelanggan pada Café monokopi Jepara.
- 1.4.2. Menganalisis pengaruh *product quality* terhadap kepuasan pelanggan pada Café monokopi Jepara.
- 1.4.3. Menganalisis pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Café monokopi Jepara.
- 1.4.4. Menganalisis pengaruh *product quality* terhadap loyalitas pelanggan pada Café monokopi Jepara.
- 1.4.5. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Café monokopi Jepara.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi hipotetis pengetahuan dan ide terkait pemasaran relasional dan kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan terhadap café Monokopi terkait relationship marketing dan product quality terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan agar menjadi usaha yang lebih baik.