

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan gaya hidup masyarakat yang semakin modern, menjadikan perilaku konsumen saat melakukan pembelian produk atau jasa menjadi beragam. Banyak usaha yang bermunculan baik itu produk atau jasa dengan mengusung inovasi beragam serta memiliki kualitas dan keunggulannya masing-masing (Agustina *et al.*, 2019). Jenis bisnis seperti bisnis café & resto sedang berkembang pesat di Indonesia. Perubahan pola pikir masyarakat diiringi dengan gaya hidup masyarakat yang semakin modern, serta pengaruh kemajuan teknologi yang berkembang sangat pesat, menjadikan konsumen mempunyai banyak opsi dalam melakukan pembelian baik itu produk atau jasa yang ditawarkan (Alivia Riskiyana Wardhani, 2022). Dalam situasi seperti ini, pelaku usaha dituntut untuk dapat menciptakan inovasi dan ide baru yang berbeda dengan usaha sejenis agar menarik minat konsumen.

Pertumbuhan ekonomi saat ini terlihat dalam minat konsumen pada café dan resto yang menyebabkan berkembangnya usaha café dan resto pada suatu daerah. Dengan berkembangnya usaha café dan resto tentu akan menjadikan maraknya persaingan sehingga pemilik usaha perlu membuat strategi untuk menarik minat konsumen. Strategi pemasaran yang dilakukan perlu melihat kondisi yang sedang terjadi seperti mengikuti trend yang sedang diminati konsumen, inovasi produk baru, serta suasana café dan resto yang sesuai yang diinginkan konsumen sebagai bentuk pelayanan kepada konsumen. Terdapat banyak café dan resto yang ada di

Indonesia salah satunya yang ada di Kota Pati, Jawa Tengah. Seiring berjalannya waktu di Kota Pati telah berdiri beberapa café dan resto yang menjadi pilihan atau tujuan masyarakat Pati untuk sekedar berkumpul dengan teman atau makan dengan keluarga. Berikut daftar wilayah di Pati yang mengalami perkembangan bisnis dalam bidang usaha makanan dan minuman berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pati :

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Jumlah Cafe/Resto di Kabupaten Pati**

Wilayah	Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan (Unit)		
	2020	2021	2022
Kab. Pati	101	1808	1906
Sukolilo	0	25	25
Kayen	5	84	86
Tambakromo	0	62	62
Winong	0	88	96
Pucakwangi	0	60	60
Jaken	1	58	59
Batangan	2	54	55
Juwana	17	131	193
Jakenan	0	64	64
Pati	44	486	553
Gabus	0	74	76
Margorejo	15	80	92
Gembong	7	49	49
Tlogowungu	2	63	64
Wedarijaksa	0	60	63
Trangkil	2	73	76
Margoyoso	1	44	47
Gunungwungkal	0	52	53
Cluwak	1	91	93
Tayu	4	49	52
Dukuhseti	0	61	62

Sumber : BPS Kabupaten Pati, (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pati tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan bisnis café dan resto telah mengalami peningkatan yang merata. Jumlah café dan resto mengalami peningkatan di tahun 2020 hingga 2022. Kondisi ini dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi di Kota Pati sudah terjadi cukup merata.

Fenomena perkembangan bisnis dalam bidang makanan dan minuman yang terjadi di Kota Pati ini, terjadi karena gaya hidup masyarakat yang mulai modern dan membutuhkan tempat makan atau minum dengan suasana baru selain di rumah. Selain digunakan untuk tempat makan dan minum, masyarakat juga memilih tempat yang dapat digunakan untuk berkumpul, bertemu teman atau saudara, bahkan sekedar santai atau bersenang-senang. Banyaknya bisnis makanan dan minuman di Kota Pati membuat masyarakat memiliki banyak opsi untuk memilih tempat tujuan. Berikut beberapa daftar café & resto yang memiliki konsep modern di Kota Pati:

**Tabel 1. 2**  
**Daftar Café & Resto di Pati**

No	Nama Café
1.	Brotherhood Coffee Co Pati
2.	Circa Café
3.	Sewelas Coffee
4.	Selasar Coffee & Gelato
5.	Enigma Bistro & Coffee
6.	Mazio Coffee & Bistro
7.	Delavida Space
8.	Epicentree Coffee & Resto

No	Nama Café
9.	SailorMi Café & Eatery
10	Sinestesa
11.	Bautura Café
12.	Funtriv Coffee Hub
13.	Arara Coffee & Co
14.	Perko Gading Resto & Café

Sumber : Jelajahcafe.com, (2024)

Berdasarkan tabel 1.2 beberapa daftar tempat tersebut menawarkan tempat untuk makan dan minum atau tempat dikunjungi hanya untuk sekedar bersenang-senang. Tentunya dari beberapa tempat tersebut memiliki daya tarik dan keunikan masing-masing. Namun, ada salah satu café dan resto yang diminati konsumen walaupun lokasi café dan resto tersebut berada di sebuah daerah yaitu Margoyoso dan jauh dari pusat Kota Pati yakni Mazio Coffee & Bistro di Pati. Mazio Coffee & Bistro di Pati adalah sebuah café yang memiliki keunikan tersendiri dimana mengusung tema skandinavian dan industrial pada bangunannya serta makanan yang bertema *western*, Asia, dan nusantara.

Mazio Coffee & Bistro di Pati berdiri pada tahun 2020 dan berlokasi di jalan Ronggo Kusumo No.58, Kembangarum, Kecamatan Margoyoso, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Mazio Coffee & Bistro di Pati buka pada pukul 15.00 hingga 22.00 WIB. Mazio Coffee & Bistro di Pati menyediakan aneka ragam menu makanan ringan hingga makanan berat, serta minuman kopi atau non-kopi yang disebut dengan *signature* menu. Mazio Coffee & Bistro di Pati buka setiap hari kecuali pada hari besar/hari raya dan melayani hampir semua kalangan konsumen mulai

dari anak-anak hingga dewasa. Selain itu, Mazio Coffee & Bistro di Pati mempunyai bangunan 3 lantai dengan menyediakan pilihan ruangan diantaranya *VIP room*, *indoor*, *outdoor* dan *smoking area*. Hal inilah yang membuat Mazio Coffee & Bistro di Pati ramai pengunjung dimana tempat ini dapat dijadikan sebagai resto untuk makan dengan keluarga atau teman, disisi lain dapat dijadikan sebagai café untuk tempat bersantai atau berbincang-bincang.

Menjamurnya beberapa tempat dengan konsep yang sama seperti café & resto tentunya menimbulkan persaingan yang ketat. Masing-masing pemilik usaha pasti akan memiliki kelebihan masing-masing dengan ciri khas mereka. Apabila sebuah bisnis tidak dapat berinovasi dan bersaing dengan kompetitor maka akan berpotensi besar ke menurunnya pendapatan (Yudhanto *et al.*, 2022). Dengan demikian, pemilik usaha harus memperhatikan serta merencanakan strategi pemasaran yang sesuai untuk mempertahankan konsumen. Kunci dalam mempertahankan usaha yaitu dengan mempertahankan loyalitas konsumen.

Terciptanya loyalitas konsumen tidak jauh dari kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan atau pemilik usaha dalam memahami kepuasan konsumen yang tentunya akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Kotler & Keller (2016:153) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan karena membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau jasa dengan harapan yang diinginkan. Kepuasan konsumen memiliki kaitan yang erat dengan loyalitas konsumen. Konsumen yang puas akan kinerja layanan atau produk yang diberikan, akan menjadi konsumen yang loyal. Konsumen yang loyal setia secara tidak langsung

akan menjadi pemasar sukarela, memberikan informasi atau rekomendasi yang positif kepada calon konsumen lain (Munawaroh & Widuri, 2022). Oleh karena itu, suatu usaha baik itu produk atau jasa perlu mengembangkan strategi pemasaran kepuasan konsumen agar tetap kompetitif tidak terkecuali pada Mazio Coffee & Bistro di Pati. Dalam mencapai kepuasan konsumen tidaklah mudah. Oleh karena itu, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen agar menciptakan loyalitas konsumen, diantaranya yaitu faktor harga dan kualitas pelayanan.

Harga menjadi faktor dibalik kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yaitu barang atau jasa lainnya yang ditukarkan agar mendapatkan hak kepemilikan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2020:50). Konsumen akan mencari dan mempertimbangkan harga, apakah harga yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas dan harapan yang diinginkan. Sehingga apabila kepuasan konsumen terbentuk tentu akan menciptakan loyalitas konsumen dari konsumen tersebut. Oleh karena itu, suatu perusahaan atau pemilik usaha harus mampu memberikan harga yang baik, karena harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen (Bali, 2022).

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen terhadap pelayanan yang diterimanya sehingga perusahaan dapat bersaing di pasar serta mendapatkan kepercayaan dari konsumen (Santoso, 2019). Semakin tinggi kepuasan konsumen

yang didapatkan dari kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan secara tidak langsung dapat mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pemilik usaha harus tetap memperhatikan kualitas pelayanan walaupun secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, akan tetapi hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang kemudian dapat berdampak signifikan pada loyalitas konsumen (Munawaroh & Widuri, 2022).

Mazio Coffee & Bistro di Pati selalu menerapkan strategi pemasarannya dengan memberikan harga dan kualitas pelayanan yang sesuai dan memadai untuk konsumen. Apabila harga yang tepat disertai dengan kualitas pelayanan yang baik, akan menjadikan konsumen loyal terhadap pelaku usaha (Agustina *et al.*, 2019). Namun, masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada Mazio Coffee & Bistro di Pati. Berdasarkan data dari Mazio Coffee & Bistro di Pati, menunjukkan jumlah data transaksi pengunjung Mazio Coffee & Bistro di Pati selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2021, 2022, dan 2023 mengalami penurunan, sebagaimana terlihat pada tabel dibawah ini :

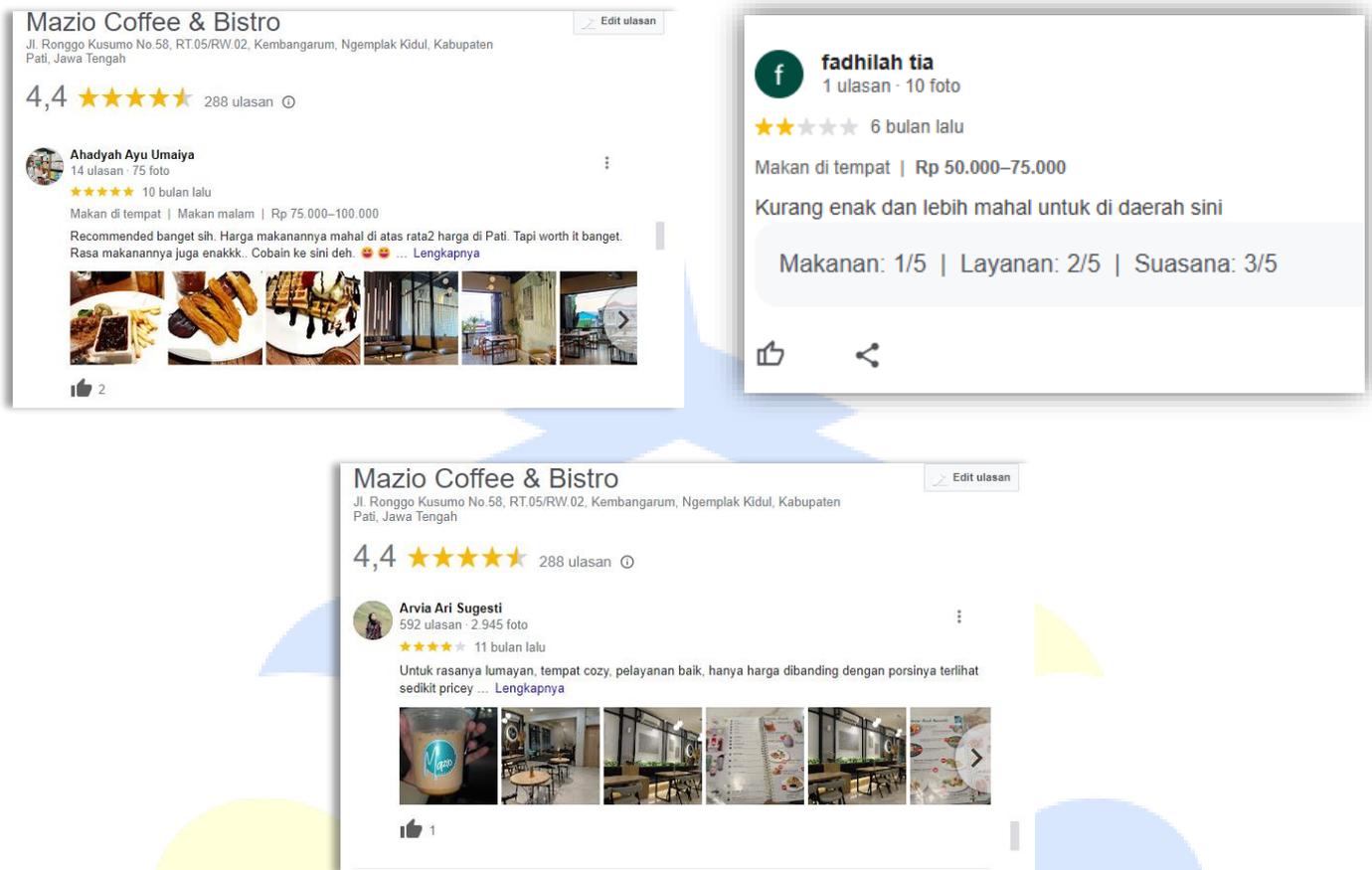
**Tabel 1. 3**  
**Data Transaksi Penjualan Mazio Coffee & Bistro Tahun 2021, 2022,**  
**dan 2023**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Transaksi Per Tahun</b>	<b>% Perubahan</b>	<b>Rata-rata Per Bulan</b>
2021	11.481	0,00%	956
2022	10.975	- 4,41%	914
2023	9.855	- 10,21%	820

Sumber : Manajemen Mazio Coffee & Bistro di Pati, 2024

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan jumlah transaksi yang masuk pada Mazio Coffee & Bistro di Pati dalam tiga tahun terakhir mengalami penurunan transaksi, dimana jumlah transaksi yang masuk dihitung per nota. Terjadinya penurunan jumlah transaksi tersebut disebabkan oleh kenaikan harga hingga 2 kali yaitu pada tahun 2022 dan tahun 2023. Kenaikan harga terjadi karena bersamaan dengan naiknya harga bahan baku sehingga mempengaruhi harga jual produk ikut naik. Hal ini tentu berdampak penurunan pendapatan Mazio Coffee & Bistro di Pati serta mempengaruhi loyalitas konsumen. Selain permasalahan tersebut, terdapat pula beberapa permasalahan dari Mazio Coffee & Bistro di Pati terkait dengan harga, kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen. Harga dan kualitas pelayanan di Mazio Coffee & Bistro di Pati dianggap belum memadai oleh konsumen, seperti yang terlihat pada ulasan konsumen melalui *website* dalam gambar sebagai berikut :





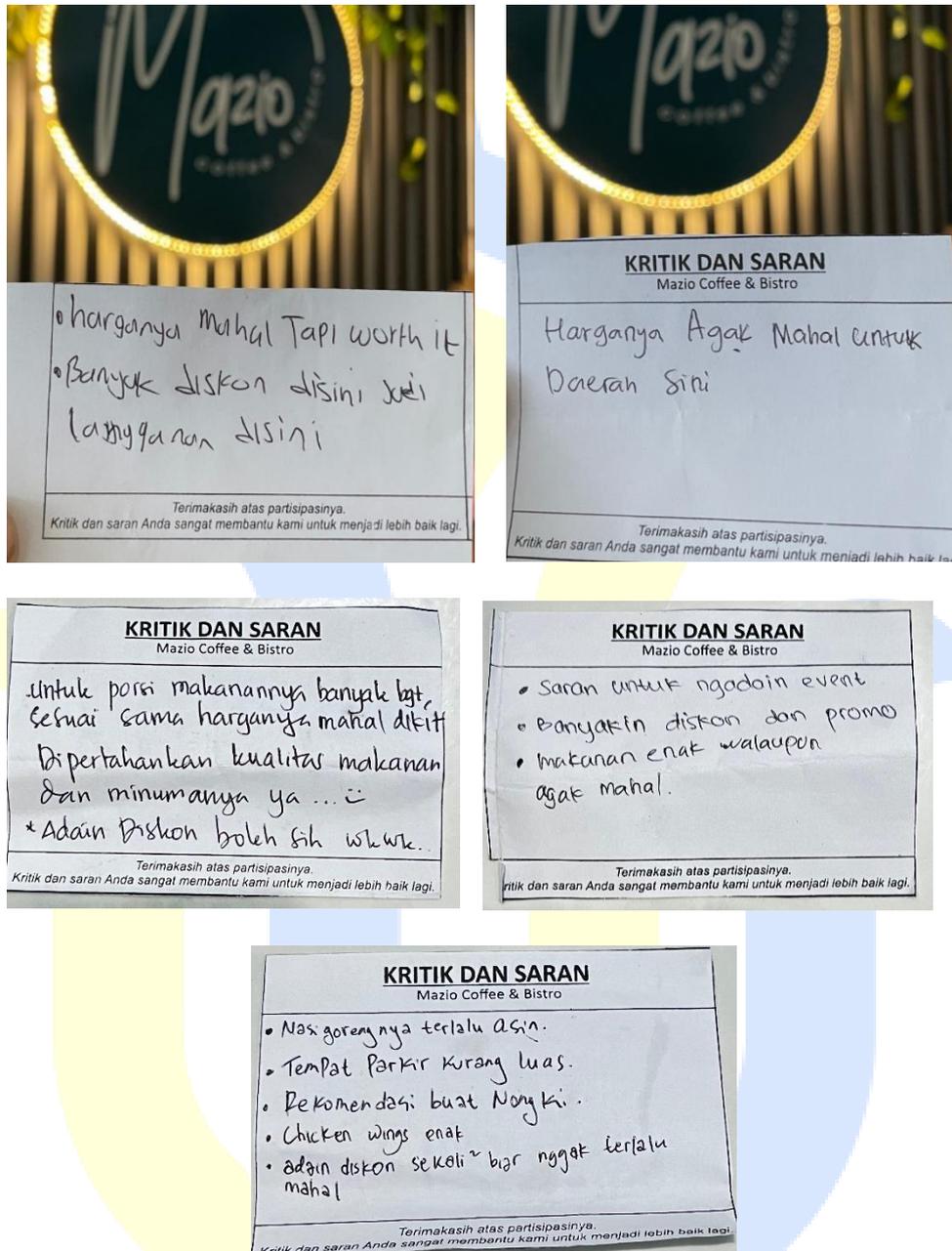
**Gambar 1. 1 Ulasan Konsumen Mengenai Harga Terhadap Mazio Coffee & Bistro di Pati**

Sumber : *Mazio Coffee & Bistro* di Pati, 2024 (<https://shorturl.asia/tsE6S>)

Berdasarkan gambar 1.1 mengenai ulasan konsumen terkait harga pada Mazio Coffee & Bistro di Pati. Menurut ulasan tersebut konsumen menyatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh Mazio Coffee & Bistro di Pati tergolong mahal untuk tingkat daerah di Pati. Konsumen yang telah membeli memiliki harapan harga sesuai dengan manfaat. Namun, konsumen merasa kurang puas akan harga yang dikeluarkan dimana belum sesuai harapan atau keinginan konsumen tersebut seperti kualitas rasa yang tidak sesuai bahkan tekstur makanan. Sehingga hal tersebut berdampak pada kepuasan konsumen yang menurun. Selain *review* yang diberikan konsumen melalui sosial media, Mazio Coffee & Bistro Pati juga

menyediakan wadah kritik dan saran yang ditulis langsung oleh konsumen.

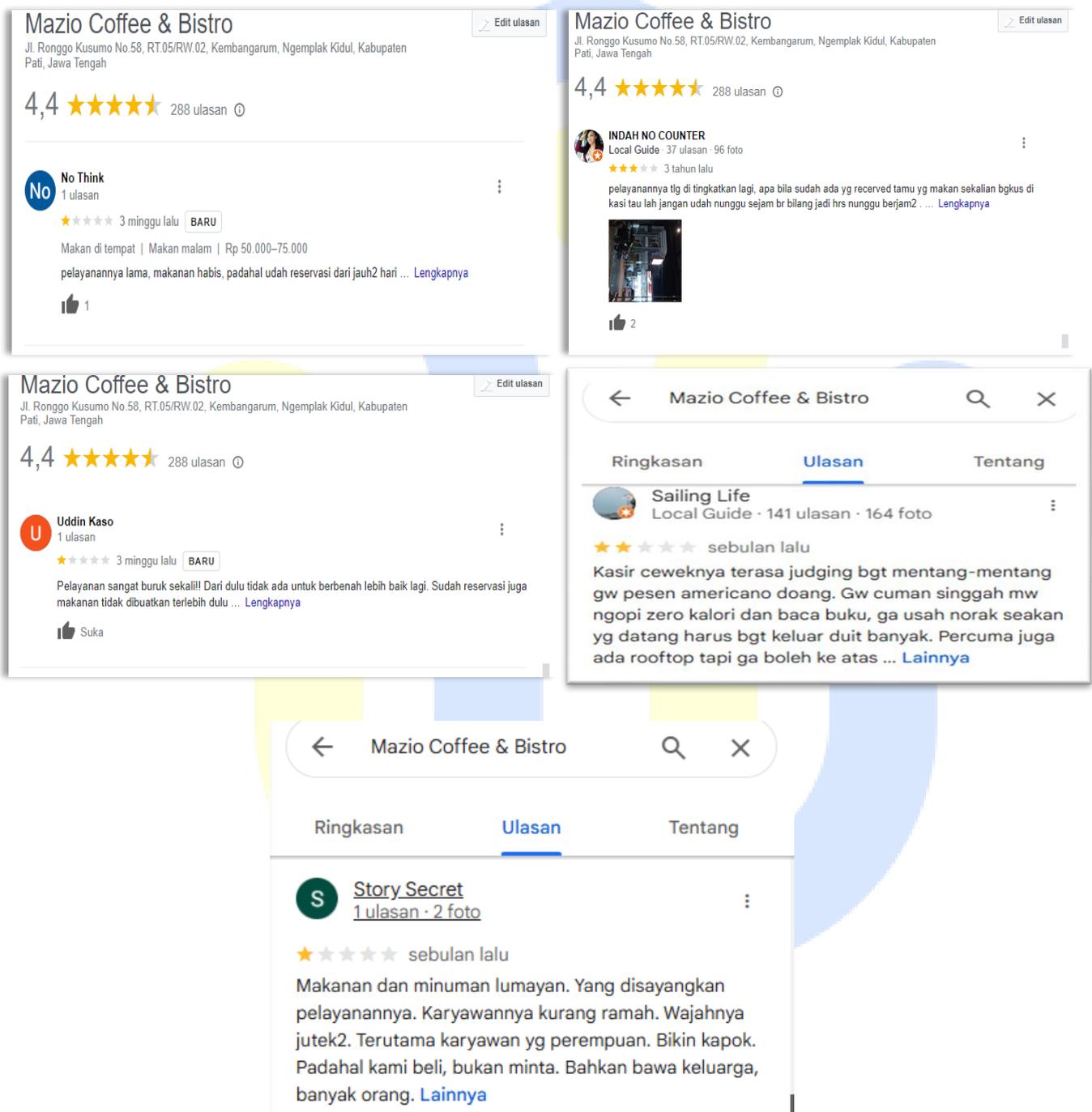
Berikut kritik saran yang ditulis oleh konsumen mengenai harga :



**Gambar 1. 2 Kritik & Saran Mengenai Harga Oleh Konsumen Mazio Coffee & Bistro di Pati**

Sumber : Manajemen Mazio Coffee & Bistro di Pati, 2025

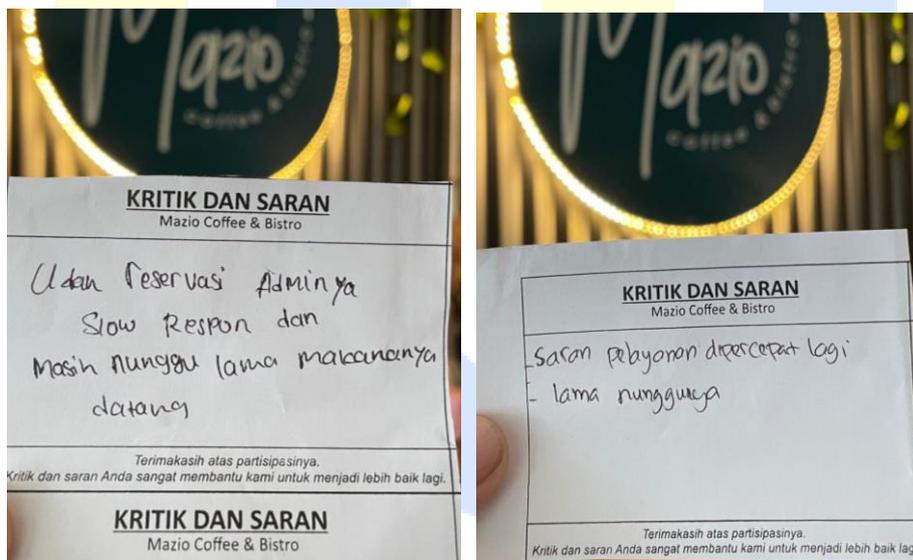
Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa dalam kritik dan saran yang dituliskan secara langsung oleh konsumen juga mengeluhkan hal sama yaitu tentang harga yang mahal serta kualitas rasa yang belum sesuai dengan harapan konsumen.

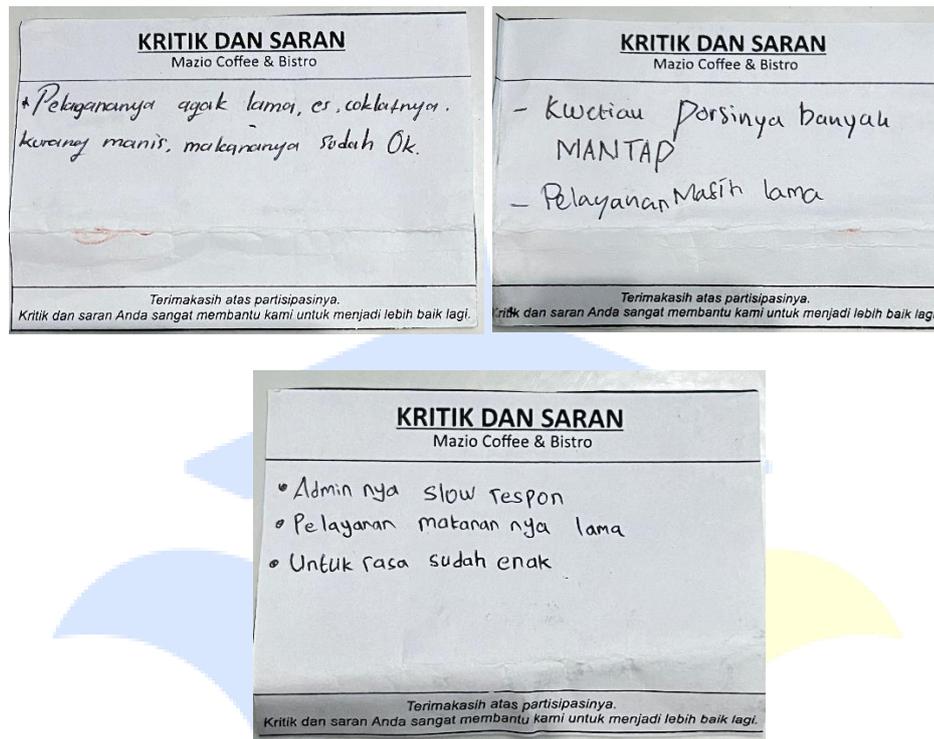


### Gambar 1. 3 Ulasan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Mazio coffee & Bistro di Pati

Sumber : *Mazio Coffee & Bistro* di Pati, 2024 (<https://shorturl.asia/tsE6S>)

Berdasarkan gambar 1.3 mengenai ulasan konsumen terkait kualitas pelayanan pada Mazio Coffee & Bistro di Pati. Pelayanan di Mazio Coffee & Bistro di Pati dinilai lama oleh konsumen seperti menunggu pesanan meskipun konsumen telah melakukan reservasi, hingga *slow respon* yang diberikan oleh karyawan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia pada bagian produksi. Selain itu, pihak manajemen Mazio Coffee & Bistro di Pati yang kurang tanggap dalam mengatasi keluhan sehingga keluhan pelayanan menjadi permasalahan yang belum teratasi. Selain *review* yang diberikan konsumen melalui sosial media, Mazio Coffee & Bistro Pati juga menyediakan wadah kritik dan saran yang ditulis langsung oleh konsumen. Berikut kritik & saran yang ditulis langsung oleh konsumen mengenai kualitas pelayanan :





**Gambar 1. 4 Kritik & Saran Mengenai Kualitas Pelayanan Oleh Konsumen Mazio Coffee & Bistro di Pati**

Sumber : Manajemen Mazio Coffee & Bistro di Pati, 2025

Berdasarkan gambar 1.4 menunjukkan bahwa dalam kritik dan saran yang dituliskan secara langsung oleh konsumen juga mengeluhkan hal sama yaitu tentang kualitas pelayanan seperti konsumen yang lama menunggu pesanan datang, hingga admin Mazio Coffee & Bistro di Pati yang *slow respon* dalam menangani reservasi oleh konsumen.

*Research gap* dalam penelitian ini diantaranya adalah penelitian variabel harga yang ditemukan kesenjangan atau *gap* dari penelitian terdahulu, menurut Amanda & Alam (2023) menunjukkan hasil penelitian bahwa harga berpengaruh pada loyalitas konsumen. Tetapi hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh Pramesti & Chasanah (2021) menunjukkan hasil bahwa harga tidak berpengaruh

terhadap loyalitas konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Bali (2022) yang menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pramesti & Chasanah (2021) yang menunjukkan hasil bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Pada variabel kualitas pelayanan ditemukan kesenjangan atau gap dari penelitian terdahulu, menurut Effendy et al. (2021) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Tetapi hasil penelitian berbeda yang dilakukan oleh Fitrajaya & Nurmahdi (2019) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh & Widuri (2022) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Tetapi hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Gultom & Samosir (2021) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Mazio Coffee & Bistro Di Pati)”**.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Adapun ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Objek penelitian pada penelitian ini yaitu Mazio Coffee & Bistro di Pati.
- b. Variabel eksogen dalam penelitian ini yaitu harga dan kualitas pelayanan.
- c. Variabel endogen dalam penelitian ini yaitu loyalitas konsumen.
- d. Variabel intervening dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen.
- e. Responden dalam penelitian yaitu konsumen Mazio Coffee & Bistro di Pati.
- f. Penelitian dilakukan 1 bulan setelah proposal disetujui.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan Mazio Coffe & Bistro di Pati yaitu sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan gambar 1.1 mengenai ulasan konsumen terhadap harga, harga produk dalam tingkat daerah di Pati dinilai tergolong mahal. Sehingga beberapa konsumen ada yang merasa kecewa jika kualitas rasa dari makanan/minuman tidak sesuai dengan harga yang ditentukan.
- 2) Berdasarkan tabel 1.3 mengenai jumlah transaksi penjualan Mazio Coffe & Bistro di Pati mengalami penurunan dari 3 tahun terakhir yaitu tahun 2021 ke 2022, dan 2023. Hal ini disebabkan karena kenaikan harga jual yang ditetapkan. Mazio Coffe & Bistro di Pati menaikkan harga ditahun 2022 sebesar 12%, dan tahun 2023 kembali naik sebesar 18%. Hal seperti ini menunjukkan belum tercapainya loyalitas konsumen secara maksimal.
- 3) Berdasarkan gambar 1.3 dan 1.4 mengenai ulasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, konsumen mengeluhkan pelayanan yang lama ketika menunggu

pesanan. Hal ini disebabkan karena kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh Mazio Coffe & Bistro di Pati untuk bagian produksi atau operasional *kitchen*.

- 4) Dengan harga yang dinilai mahal dan belum sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen, serta pelayanan yang lama dan admin dari pihak Mazio Coffe & Bistro di Pati yang *slow respon* dalam menerima reservasi menjadikan konsumen yang merasa kecewa karena tidak sesuai dengan harapan sehingga kepuasan konsumen belum tercapai.

Dari identifikasi masalah tersebut yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka dapat dirumuskan pertanyaan peneliti sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada Mazio Coffe & Bistro di Pati?
- 2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Mazio Coffe & Bistro di Pati?
- 3) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Mazio Coffe & Bistro di Pati?
- 4) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Mazio Coffe & Bistro di Pati?
- 5) Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Mazio Coffe & Bistro di Pati?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati.
- b. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati.
- c. Menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati.
- d. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati.
- e. Menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1) Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat dijadikan acuan pengembangan penelitian khususnya pada penelitian manajemen pemasaran pada pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening. memberikan tambahan pengetahuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

#### **2) Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Mazio Coffe & Bistro di Pati terkait harga dan kualitas pelayanan sebagai langkah meningkatkan loyalitas serta kepuasan konsumen yang akan berpengaruh pada peningkatan penjualan.