

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya usaha di bidang layanan yang begitu pesatnya dewasa ini diikuti juga oleh persaingan menurut setiap perusahaan jasa untuk memberikan layanan terbaik bagi konsumennya, terutama restoran & kafe. Perusahaan yang termasuk dalam penyediaan jasa makanan & minuman selain wajib memperhatikan kualitas produknya, tetapi juga wajib memperhatikan kualitas pelayanan bagi para konsumen mereka. Kualitas layanan di bidang pelayanan kafe ialah salah satu aspek yang seringkali dipertimbangkan pelanggan pada menilai kualitas kafe, selain kualitas produknya seperti makanan atau minuman, kualitas berdasarkan pelayanan dan juga kinerja karyawan yang baik dinilai mendukung kepuasan pelanggan.

Dalam kaitan membangun dan mempertahankan relasi yang baik dengan pelanggan, kepercayaan berperan sangat penting. Kepercayaan telah mendapat banyak perhatian dalam hubungan pemasaran. Sebuah faktor yang penting untuk menciptakan atau menumbuhkan kesetiaan pelanggan adalah dengan membangun suatu hubungan untuk jangka panjang terhadap pelanggan itu sendiri. Loyalitas pelanggan ialah kunci keberhasilan bagi perusahaan secara jangka panjang dan juga untuk memberikan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Pelanggan dengan loyalitas tinggi tidak mudah untuk berpindah atau terpengaruh dengan produk perusahaan lain, pelanggan loyal akan selalu membeli secara berulang-ulang dan kemudian melakukan rekomendasi produk perusahaan tersebut pada orang di sekelilingnya karena terpicu oleh rasa puas, senang, dihargai, dan pemahaman oleh penyedia layanan. Dalam persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan kafe / kedai kopi, loyalitas pelanggan ialah prioritas yang terpenting oleh karena itu keberhasilan perusahaan kedai kopi menjalankan, memelihara, dan

mengembangkan bisnisnya tidak berada pada loyalitas pelanggan untuk kualitas dan kepuasan layanan.

Perusahaan Starbucks adalah sebuah perusahaan yang menyajikan aneka sajian kopi dan memiliki jaringan toko kopi secara global dari Negara Amerika Serikat dan berpusat di Seattle. Starbucks ialah salah satu kedai kopi paling terkenal di Indonesia dengan segmen menengah dan atas. Warung kopi ini memiliki beragam layanan yang disajikan seperti menyajikan kopi, hotspot, musik, dan sebagainya. Hal-hal ini merupakan nilai tambah bagi konsumen yang mengkonsumsi produk mereka, sehingga nilai dan kebanggaan tertentu muncul dalam menggunakan produk mereka. Fenomena ini dengan cepat menyebar, dengan fokus pada segmentasi dan kepuasan konsumen, Starbucks berhasil membangun promosi modern dari mulut ke mulut, menjadikan kedai kopi ini salah satu gaya hidup masyarakat tertentu dalam menjalankan aktivitasnya.

Layanan, makanan dan minuman adalah atribut penentu kualitas kopi dan manfaat tambahan memengaruhi nilai yang dirasakan oleh pelanggan dalam industri kedai kopi di mana untuk memenangkan pelanggan di pasar yang sangat kompetitif, perusahaan yang bergerak di kedai kopi harus merancang strategi untuk meningkatkan persepsi pelanggan terhadap nilai layanan sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Dapat dilihat bahwa beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti adanya hubungan antara kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan terhadap loyalitas. Karena dalam penelitian ini berbeda, peneliti mencoba untuk mengkaji pengaruh dari kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen di tengah maraknya persaingan bisnis di dunia kedai kopi yang semakin berkembang salah satunya di Starbucks Coffee.

1.2. Identifikasi Masalah

Untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Starbucks Central Park SOGO dalam membangun loyalitas pelanggan dan di dasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijabarkan, maka terbentuklah permasalahan yaitu:

- A. Belum diketahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Starbucks Central Park SOGO
- B. Belum diketahui hubungan kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan pada Starbucks Central Park SOGO
- A. Belum diketahui hubungan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Starbucks Central Park SOGO

1.3. Perumusan Masalah

Dari penjelasan yang telah dijabarkan, maka ditemukanlah rumusan permasalahan penelitian yaitu:

- A. Apakah kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan pada pelanggan Starbucks Central Park SOGO?
- B. Apakah kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif pada loyalitas pelanggan Starbucks Central Park SOGO?
- C. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Central Park SOGO?

1.4. Batasan Penelitian

Penelitian ini membutuhkan batasan penelitian serta permasalahan yang ada, dan dikarenakan penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan tertentu maka batasan penelitiannya sebagai berikut:

- A. Waktu penelitian: Februari 2019 – April 2020
- B. Untuk narasumber penelitian, penulis hanya membatasi pelanggan Starbucks Central Park SOGO

1.5. Tujuan Penelitian

Menurut rumusan permasalahan yang dikemukakan, maka di ambillah tujuan penelitian antara lain:

- B. Untuk mengidentifikasi ada atau tidak adanya hubungan kualitas layanan pada kepuasan pelanggan di Starbucks Central Park SOGO
- C. Untuk mengidentifikasi ada atau tidak adanya hubungan kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan di Starbucks Central Park SOGO
- D. Untuk mengidentifikasi ada atau tidak adanya hubungan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Starbucks Central Park SOGO

1.6. Manfaat Penelitian

A. Praktis

Dengan hasil penelitian ini nantinya diharapkan bisa membantu perusahaan memperoleh gambaran mengenai kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas pelanggan di Starbucks Central Park SOGO.

B. Akademis

Menambah referensi penelitian khususnya yang menyangkut topik kualitas pelayanan serta loyalitas pelanggan bagi pelanggan Starbucks Central Park SOGO.

