BAB I
PENDAHULUAN

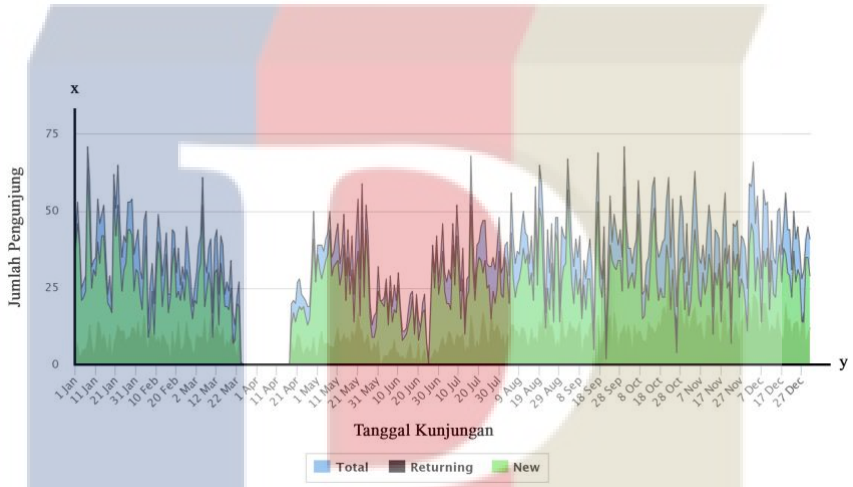
1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia khususnya di Jakarta, industri makanan dan minuman sangat kompetitif, salah satunya adalah kafe. Di era milenial ini, bisnis kafe di Indonesia terus bertumbuh pesat sehingga menjadi salah satu bisnis yang menguntungkan. Kafe merupakan bagian dari gaya hidup generasi milenial yang tidak bisa dilewatkan dalam kehidupan sehari-hari. Bila sebelumnya kafe hanya menjual minuman segar, makanan berat dan makanan ringan, ditambah kopi sebagai produk andalan, namun kini sebagian kafe menggunakan strategi inovatif seperti menyajikan menu yang unik atau sesuai dengan tren saat ini dan lokasi yang bagus untuk dijadikan titik foto agar menarik minat pelanggan. Di Indonesia terdapat lebih dari 10,000 kafe yang jumlahnya diprediksi akan terus bertumbuh, sementara pendapatan sektor kafe dari tahun 2013 sampai dengan 2018 diperkirakan meningkat dari USD 3,4 miliar menjadi USD 4,16 miliar (Putra, 2016). Dengan kondisi tersebut, pemilik kafe harus mampu beradaptasi terhadap persaingan dan perubahan pasar dengan cara meningkatkan kualitas layanan yang kemudian dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Salah satu elemen dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah nilai pelanggan. Nilai pelanggan adalah nilai sekumpulan manfaat psikologis, fungsional dan ekonomis yang diharapkan oleh pelanggan (Kotler, 2007; Woro & Naili 2013). Pelanggan akan menilai jika suatu kondisi di mana pelayanan yang dirasakan sesuai atau lebih dari yang diharapkan, maka pelayanan tersebut dikategorikan bernilai dan akan memberikan kepuasan (Sharma dan Lambert, 1994; Tsai dkk, 2010). Elemen lain yang menciptakan kepuasan pelanggan ialah kualitas layanan. Definisi kualitas layanan menurut Parasuraman dkk (1985) ialah keseluruhan kesan pelanggan terhadap keunggulan atau kekurangan dari penyedia layanan terhadap pelayanannya yang mewakili keseluruhan sikap pelanggan terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan dinilai sebagai variabel pendahulunya yang berdampak positif pada loyalitas pelanggan (Bitner, 1990; Tsai, Tsai & Chung 2010) dan menjadikannya faktor kunci keberhasilan bisnis (Müller, 1991; Tsai dkk, 2010).

Ekspektasi nilai pelanggan secara signifikan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan kemungkinan konsumsi terus berlanjut sehingga kepuasan pelanggan memiliki dampak kuat pada loyalitas pelanggan (Tsai dkk, 2010).

Sejauh ini *Walking Drums* telah mengonsepkan pelayanan dengan baik untuk menciptakan kepuasan pelanggannya, namun ternyata dari data yang terdapat pada Gambar I.2 menunjukkan bahwa jumlah pelanggan yang kembali bertransaksi atau dalam kata lain loyal pada setiap bulannya lebih sedikit dari jumlah pengunjung baru yang mana menjadi celah dalam penelitian ini.



Gambar 1.1. Grafik Sampel Pengunjung kafe *Walking Drums* tahun 2017
Sumber: Data Internal Perusahaan (2017)

Keterangan:

Hijau : Jumlah pengunjung baru

Hitam : Pengunjung yang sebelumnya pernah berkunjung sedikitnya satu kali

Biru : Keseluruhan pengunjung baru dan yang sebelumnya pernah berkunjung sedikitnya satu kali

Dari permasalahan di Kafe *Walking Drums* ini, penulis menemukan celah permasalahan yang tidak sesuai dengan bukti empiris dari penelitian. Woro dan Naili (2013) serta Tsai dkk (2010) menyatakan bahwa nilai pelanggan dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian akan menguji variabel nilai pelanggan, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada kafe *Walking Drums*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, dapat di identifikasi masalah–masalah terkait dengan loyalitas pelanggan antara lain nilai pelanggan dan kualitas pelayanan yang kurang maksimal dan tingkat kepuasan pelanggan yang tidak mencerminkan adanya loyalitas pelanggan dari kafe *Walking Drums*.

1.3 Pembatasan Masalah

Seperti yang diuraikan pada sub-bab di atas, faktor–faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan sangat banyak. Namun di sisi lain, dalam waktu yang bersamaan untuk menyusun skripsi ini memiliki sejumlah keterbatasan terutama dalam hal waktu penyebaran kuesioner yang hanya dua minggu, jumlah responden yang dibatasi sampai 100 responden, dan sampel hanya bersumber dari satu kafe. Menyadari akan keterbatasan tersebut, penelitian ini hanya meliputi nilai pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan kafe *Walking Drums*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah:

1. Apakah nilai pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan kafe *Walking Drums*?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan kafe *Walking Drums*?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan di kafe *Walking Drums*?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan kafe *Walking Drums*
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kafe *Walking Drums*

3. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kafe *Walking Drums*

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya konsep loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan berdasarkan nilai pelanggan dan kualitas layanan yang didasarkan atas keraguan terhadap teori dari penelitian sebelumnya yang membahas menggunakan variabel independen tersebut. Melalui sebuah penelitian empiris, hasil dari pengujian teori di atas bisa tidak relevan, dapat mengukuhkan atau memperbarui teori sebelumnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini akan memberikan informasi yang tepat untuk dijadikan masukan yang berarti dalam mengembangkan kafe dan menentukan strategi untuk mengatasi permasalahan pada kafe *Walking Drums*, khususnya yang berkaitan dengan nilai pelanggan, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

1.7 Sistematika Penulisan

Skripsi ini dibuat dalam beberapa bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis penelitian, bagan alur berpikir dan kerangka konseptual.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang desain penelitian, variabel dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, lokasi dan waktu penelitian, serta metode analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan tentang gambaran umum perusahaan, analisis deskriptif, hasil perhitungan *Partial Least Square,* dan pembahasan.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang kesimpulan, saran, implikasi teoritis, implikasi praktis, keterbatasan dan saran penelitian.

1.8 Waktu Pelaksanaan Skripsi

Adapun rencana pelaksanaan skripsi yang dirancang oleh penulis adalah sebagai berikut:

No.	Jenis Kegiatan	Tahun 2017				Tahun 2018							
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1	Penentuan Topik												
2	Draft Bab 1												
3	Draft Bab 2												
4	Draft Bab 3												
5	Revisi dan finalisaisi dengan dosen pembimbing												
6	Ujian Proposal Skripsi												
7	Revisi hasil sidang proposal dan Bimbingan												
8	Sebar data penelitian												
9	Bimbingan dan penyelesaian Bab 4												
10	Bimbingan dan penyelesaian Bab 5												
11	Bimbingan dan penyelesaian Bab 1-5 +												
12	Ujian Akhir Skripsi												

Gambar 1.2. Waktu Pelaksanaan Skripsi