

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan perekonomian Indonesia semakin hari semakin menunjukkan kemajuan, Indikasi dari hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya bermunculan jenis perusahaan dengan berbagai ragam spesifikasi dibidang usaha. Upaya-upaya untuk memuaskan kebutuhan konsumen dilakukan oleh setiap perusahaan dengan berbagai strategi dan cara dengan harapan konsumen merasa puas dan loyal terhadap suatu jenis produk. Apabila seorang konsumen telah berubah menjadi pelanggan yang loyal karena kepuasannya terpenuhi, maka konsumen tersebut tidak akan beralih ke produk atau jasa perusahaan lain yang sejenis. Mengingat semakin ketatnya persaingan karena semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sehingga terciptanya loyalitas konsumen.

Perkembangan bisnis café shop di Indonesia saat ini sedang berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat Banyaknya cafe shop yang bermunculan dikarenakan café shop sudah menjadi *lifestyle* bagi kebanyakan orang di jaman sekarang, dengan menyediakan tempat dengan desain interior yang menarik serta menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Serta menyediakan berbagai macam konsep seperti alunan musik dan sejarah tentang pembuatan kopi yang menarik minat beli konsumen. Meningkatnya perekonomian di Indonesia

yang diikuti dengan peningkatan penghasilan masyarakat, terutama di kota-kota besar dapat merubah gaya hidup masyarakat saat ini menjadi konsumtif. Salah satu kota besar seperti Surabaya mempunyai karakteristik masyarakat yang cenderung gaya hidupnya suka nongkrong.

Dengan adanya perubahan dan pengaruh, maka menyebabkan pergeseran atau perubahan fungsi sebuah kafe atau *cafe shop*, yang melahirkan fenomena sosial dan budaya baru (Royan, 2004). di samping sebagai tempat untuk minum teh atau kopi dan menyantap makanan ringan, *cafe shop* juga sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, berkencan, bertukar pikiran, memperluas jaringan, dan bahkan menjadi salah satu tempat untuk melakukan *prospecting business* antar eksekutif sehingga kebutuhan terhadap *cafe shop* terus berkembang. Di Surabaya terdapat banyak *café shop* untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, dimana sebagian *café shop* berada dalam satu lokasi, dengan letak yang berdekatan dan strategis. Oleh karena itu pelanggan dihadapkan beberapa pilihan *cafe shop* dengan dukungan fasilitas lengkap, harga bersaing dan kualitas layanan yang bervariasi.

Maraknya *cafe shop* sekarang terjadi di Kota Surabaya. untuk menikmati makanan atau hidangan, setiap pelanggan mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih kafe yang bagus dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa pelanggan akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang dikeluarkan. disamping itu, ada pula yang lebih cenderung memilih kafe yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Perkembangan kafe sekarang ini telah ditandai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Dengan kondisi tersebut

menyebabkan *kafe shop* semakin dituntut untuk membuat strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan.

PT. Sari Coffee Indonesia, Starbucks Coffee merupakan perusahaan kedai kopi terbesar di Indonesia yang memiliki lebih dari 100 cabang baik di dalam kota maupun luar kota. Starbucks menjual banyak produk, mulai dari kopi minuman panas yang berbasis *espresso*, minuman dingin, *frappuccino blended coffee* dan *frappuccino blendedcream*, makanan ringan seperti *cake*, *puff*, *cookies*, sampai *sandwich*. Selain kopi, *Frappuccino* dan makanan, Starbucks juga menjual *mug* atau gelas-gelas dan juga *tumbler*. Starbucks Corporation adalah sebuah jaringan kedai kopi dari Amerika Serikat yang bermarkas di Seattle, Washington. Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia, dengan berdiri di 75 negara di 5 benua dengan total 23.768 kedai.

Excelso pertama dibuka pada bulan September 1991 di Plaza Indonesia, Jakarta, untuk mendukung merek kopi yang baru diciptakan oleh PT. Santos Jaya Abadi pada waktu itu, yaitu kopi excelso. Kopi excelso dibuat dan dipasarkan tetap dalam bentuk kopi biji dengan alasan : Memenuhi kebutuhan kopi kelas menengah ke atas dan Menghapus *image* kopi campuran (kopi dicampur dengan jagung) Kopi dengan kualitas terbaik adalah masih berbentuk biji dan baru digiling apabila akan diseduh, sehingga benar-benar terjaga citarasanya. Kafe excelso didirikan untuk mendukung pemasaran dan *image* yang hendak diciptakan untuk kopi excelso dengan memili pasar kelas menengah ke atas, maka kopi excelso hanya dapat ditemui di supermarket tertentu dan di Kafe excelso sendiri. Berikut ini jumlah gerai starbucks dan excelso yang ada di kota Surabaya.

Table 1.1
Jumlah gerai starbucks dan excelso di Surabaya

Starbucks	Excelso
1. Tunjungan Plaza 5	1. Excelso Tunjungan Plaza 2
2. Grand City	2. Grand City Mall
3. Manyar Kertoarjo	3. Galaxy mall
4. Galaxy Mall	4. Panglima Sudirman
5. Graha Family Hospital	5. Ciputra World
6. Surabaya Town Square	6. HR Muhammad
7. Ciputra World	7. Surabaya Town Square
8. East Coast Center	8. Pakuwon City
9. Pakuwon Supermall	9. Lingkar Dalam-Ptc
10. Pakuwon Supermall	10. Ruko Klampis Jaya
11. Graha Pena	11. Jl. Sulawesi
12. The Square Apartment	12. Pakuwon Trade Center
13. Jalan Basuki Rachmat	13. Surabaya Plaza.
14. Citraland	
15. Jln Mayjen Yono Suwono	
16. Jln Bubutan	

Starbucks dan Excelso menawarkan aktivitas mengopi yang berbeda dengan kafe-kafe sebelumnya. citra sebagai kafe yang bergengsi yang disandang oleh Starbucks dan Excelso terlihat dari cara mereka memfasilitasi para pelanggannya dengan kebutuhan-kebutuhan yang mengarah pada kebutuhan kaum elit, kenyamanan, serta keakraban yang membuat betah para pelanggan. selain itu starbucks dan excelso memahami bahwa kaum urban di kota besar sangat menghargai waktu dan penuh pertimbangan ekonomis. bila mereka tengah mengopi, maka aktivitas tidak hanya berhenti sampai ‘mengopi’ saja, tapi juga harus ada kegiatan yang lebih produktif lagi seperti menulis artikel, bertemu klien kantor, atau memanfaatkan fasilitas jaringan nirkabel yang disediakan Starbucks dan Excelso. Walaupun begitu terdapat beberapa perbedaan antara *café shop* Starbucks dan Excelso, perbedaannya pada starbucks lebih cocok untuk segala usia,

dari yang cuma *chocolate drinks* sampai *coffee* dari berbagai wilayah dalam dan luar negeri. dari segi makanan yang di jual lebih pada kue dan makanan ringan. sedangkan excelsos tempatnya sering digunakan *meeting* untuk orang-orang kerja. untuk minuman excelsos lebih mengutamakan kopi dalam negeri seperti Kopi Luwak, Toraja, Java dan dari berbagai daerah. pilihan makanannya juga lebih berat dan tidak banyak.

Menurut Yu dan Fang (2014: 1274) berpendapat bahwa terdapat tiga faktor penentu untuk meningkatkan tingkat pendapatan dan frekuensi konsumsi yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan pengalaman. Kualitas produk didefinisikan sebagai tingkat seberapa baik spesifikasi produk sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat seberapa baik pelayanan memenuhi kebutuhan pelanggan. dan yang terakhir pengalaman didefinisikan sebagai Kesan pelanggan terhadap sesuatu keadaan yang di alami dalam bentuk layanan yang di berikan.

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hueiju Yu dan Wenchang Fang (2014) mengungkapkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan pengalaman mempunyai pengaruh terhadap nilai yang dirasakan pelanggan dan niat untuk berbelanja kembali di starbucks melalui penelitian tersebut dapat di simpulkan bahwa pentingnya kebutuhan pelanggan yang berbeda dapat berubah seiring waktu. Saat penghasilan relatif rendah, konsumen menuntut lebih banyak pada kualitas produk. Setelah penghasilan mencapai tingkat tertentu, pengalaman tumbuh sebagai penentu nilai penting. walaupun begitu, starbucks masih harus

mencatat bahwa pengalaman yang sebenarnya dibangun di atas kualitas produk dan kualitas layanan yang baik, agar tercapai niat untuk berbelanja kembali.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Chen and Hui Hu (2010) mengungkapkan bahwa faktor penentu atribut kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi nilai fungsional dan simbolik dari nilai yang dirasakan di industri kopi Australia. Hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa dengan layanan outlet kopi menjadi semakin kompetitif dan terlibat dalam menyediakan atribut penentu kualitas layanan, nilai yang dirasakan oleh pelanggan dapat ditingkatkan dengan menyelidiki hubungan antara kualitas layanan dan nilai yang dirasakan.

Dari penelitian lain yang dilakukan oleh H. Yu and W. Fang (2012) mengungkapkan bahwa citra merek perusahaan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan memiliki dampak yang kuat terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa perusahaan harus secara khusus fokus pada faktor-faktor kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam rangka membangun hubungan jangka Panjang.

Berdasarkan latar belakang diatas, penting untuk dilakukan penelitian tentang pengaruh kualitas, pengalaman, nilai dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini diharapkan dapat mengevaluasi kinerja *café shop* starbucks dan excelso yang ada di Surabaya. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh kualitas, pengalaman, nilai dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada *café shop* di Surabaya** ”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang di kemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap : a) nilai fungsional, dan b) nilai simbolik pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap : a) nilai fungsional, dan b) nilai simbolik pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya?
3. Apakah pengalaman berpengaruh positif terhadap : a) nilai fungsional, dan b) nilai simbolik pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya?
4. Apakah nilai fungsional berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya?
5. Apakah nilai simbolik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya?
6. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap : a) nilai fungsional, dan b) nilai simbolik pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap: a) nilai fungsional, dan b) nilai simbolik pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya.
3. Untuk menguji pengaruh pengalaman terhadap : a) nilai fungsional, dan b) nilai simbolik pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya.
4. Untuk menguji pengaruh nilai fungsional terhadap kepuasan pelanggan pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya.
5. Untuk menguji pengaruh nilai simbolik terhadap kepuasan pelanggan pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya.
6. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut di bawah ini :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperkaya pemahaman tentang pengaruh kualitas, pengalaman, nilai dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada *café shop* starbucks dan excelso di Surabaya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi Starbucks dan Excelso dalam mencapai tujuannya, meningkatkan lagi penjualan dan lebih mengembangkan lagi strategi kualitas, pengalaman, dan nilai untuk lebih menarik minat konsumen agar lebih tertarik untuk membeli produk di Starbucks dan Excelso.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini di harapkan sebagai wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis tentang pengaruh kualitas, pengalaman, nilai dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada *café shop* starbucks dan excelso. Serta dapat digunakan sebagai bahan dan sumber informasi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 **Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah di dalam penulisan, penulisan tesis ini dibagi dalam lima bab, antara lain di bawah ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang rancangan penelitian, ruang lingkup penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian tentang uji validitas dan reliabilitas data, karakteristik responden, analisa data, hasil penelitian, pembahasan serta implikasi hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang Kesimpulan, keterbatasan penelitian dan Saran.

