

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Era globalisasi saat ini berkembang sangat pesat hal ini menyebabkan persaingan usaha yang terjadi pada lingkungan masyarakat tumbuh dengan sangat cepat karena adanya perkembangan teknologi yang memudahkan pelaku bisnis untuk berusaha. Masyarakat berlomba-lomba untuk mendirikan usaha yang memiliki peluang yang baik sesuai dengan tuntutan zaman yang serba modern.

Salah satu bisnis yang saat ini berkembang cukup pesat di Indonesia adalah bisnis makanan dan minuman terutama bisnis *café*, hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya *café* yang bermunculan dengan berbagai macam keunggulan yang ditawarkan. Adanya perubahan gaya hidup pada masyarakat menjadi salah satu pendorong yang kuat bagi pesatnya pertumbuhan bisnis *café* di Indonesia. Pergeseran gaya hidup masyarakat terutama kaum muda yang gemar untuk menongkrong disuatu tempat dengan fasilitas dan kenyamanan yang dicari menuntut pelaku bisnis *café* untuk menyediakan serta memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut sehingga mampu membuat bisnisnya tetap eksis. Masyarakat menjadikan nongkrong sebagai suatu rutinitas baru untuk berkumpul dengan teman, rekan kerja, bahkan keluarga untuk sekedar mengobrol dan bersantai. Tidak jarang *café* juga sering digunakan bagi para pekerja untuk dijadikan tempat kerja kedua dan untuk hal penting seperti

meeting dengan *client*. Fenomena tersebut tentu menjadi suatu peluang usaha yang potensial bagi para pelaku bisnis *café*.

Semakin terbukanya peluang bisnis *café* menyebabkan semakin ketatnya persaingan yang terjadi diantara pelaku bisnis sejenis. Masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan *café* yang berbeda dengan penawaran yang beragam. Munculnya berbagai *café* tersebut menunjukkan bahwa semakin banyaknya masyarakat yang gemar mengunjungi *café* hanya untuk sekedar nongkrong atau bersantai. Adanya fenomena tersebut menjadi tantangan besar bagi para pemilik *café* untuk bisa menerapkan strategi-strategi yang efektif dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke lain tempat.

Keunikan ataupun ciri khas sebuah *café* akan menjadi suatu pembeda ditambah dengan keunggulan yang ditawarkan yang akan menarik minat konsumen sehingga mampu menciptakan sebuah kepuasan bagi para konsumen (Kottler, 2019). Pemilik *café* harus lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan konsep yang menarik dan memiliki keunikan tersendiri sehingga mampu menarik minat konsumen untuk berkunjung.

Kabupaten Gunungkidul merupakan salah satu kabupaten yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan pusat pemerintahan yang terletak di Kapanewon Wonosari. Masyarakat Kabupaten Gunungkidul pada umumnya sangat responsif terhadap perubahan gaya hidup, tanpa terkecuali budaya nongkrong di *café*. Budaya tersebut sudah merambah semua kalangan di Gunungkidul dari berbagai usia. Fenomena tersebut tentu menjadi peluang

besar bagi pelaku bisnis *café* disana untuk memenuhi kebiasaan baru masyarakat tersebut. Para pelaku usaha mulai tertarik untuk mendirikan *café* disana dengan berbagai macam ciri khas yang berbeda untuk berbagai kalangan mulai dari kalangan bawah hingga kalangan atas. Para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menghadirkan *café* yang unik agar mampu menarik perhatian konsumen.

Berikut ini beberapa *café* di Gunungkidul yang terkenal di kalangan masyarakat berdasarkan pengamatan peneliti:

Tabel 1. 1 Daftar Café di Gunungkidul

No.	Nama	Alamat
1.	Kandang Ogut's	Besari, Siraman, Wonosari
2.	D'teko	Jl. Pudak No.42, Pandansari, Wonosari
3.	Mrikiniki	Jl. Kenanga, Purbosari, Wonosari
4.	Dini Hari Kopi	Jl. Kenanga No.19,Purbosari,Wonosari
5.	Sintas Coffee and Tea	Krenen, Ngunut, Playen
6.	Pule Coffee & Eatery	Jl. Mgr. Sugiyo Pranoto No. 23A, Purwosari, Wonosari
7.	Roetin Coffee	Trimulyo I, Kepek, Wonosari
8.	Omah Angon Cafe	Wiyoko Utara, Plembutan, Playen
9.	Sebelas Coffee Wonosari	Jl Sumarwi No.17, Gadungsari, Wonosari

10.	Senikmat Kopi	Sumbermulyo, Kepek, Wonosari
11.	Chalko Coffee & Milk	Purwosari, Baleharjo, Wonosari

Berdasarkan tabel diatas, *café* yang bermunculan menunjukkan bahwa masyarakat Gunungkidul sangat gemar mengunjungi *café* untuk menikmati makanan dan minuman atau hanya sekedar nongkrong

Salah satu *café* yang saat ini banyak diminati oleh para konsumen yaitu *Café Kandang Ogut's*, *café* tersebut merupakan *café* yang sangat terkenal di Gunungkidul yang berdiri sejak tahun 2017 dan konsisten tetap ramai dikunjungi berbagai kalangan pelanggan disamping banyaknya *café* baru yang hadir di Gunungkidul dengan berbagai ciri khas masing-masing namun *Café Kandang Ogut's* ini tidak kehilangan eksistensinya hingga saat ini. *Café Kandang Ogut's* merupakan *café* yang menjadi andalan berbagai kalangan di Gunungkidul hal ini dibuktikan dengan pelanggan yang beragam mulai dari anak sekolah, keluarga, pekerja kantoran, dan sekumpulan anak muda menjadi pelanggan setia *Café Kandang Ogut's*.

Menurut Kotler & Keller (2016), loyalitas merupakan suatu komitmen yang dipegang erat untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai dimasa mendatang meskipun terdapat pengaruh situasional dan tindakan atau upaya pemasaran untuk beralih. Lebih lanjut Weinberger dalam Hanft (2014), menjelaskan loyalitas sebagai suatu keputusan konsumen yang diambil berdasarkan perasaan atau emosi, sehingga para pelaku usaha harus mampu mendapatkan loyalitas konsumen

agar usaha yang dijalankan tetap bertahan. Kotler (2015), berpendapat bahwa konsumen yang loyal memberikan peluang yang potensial untuk mendapatkan konsumen baru karena kekuatan *word of mouth* yang mereka lakukan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, hal tersebut dikarenakan seorang pelanggan yang diberikan pelayanan sesuai dengan harapannya atau bahkan melebihi harapan mereka cenderung akan memberikan umpan balik yang positif sehingga memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan yang tidak loyal seringkali disebabkan oleh pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Sesuai dengan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh besar terhadap pelanggan yang loyal.

Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono & Purba (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Husein, dkk (2023) juga menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Meskipun terdapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, namun demikian terdapat hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut

dijelaskan pada penelitian yang dilakukan Azzrullah (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, harga juga memiliki peran yang penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengonsumsi produk atau jasa yang diinginkan. Harga merupakan komponen penting dalam mempengaruhi sikap konsumen. Menurut Tjiptono (2019), harga adalah satuan moneter yang ditukarkan untuk mendapatkan hak kepemilikan dan hak penggunaan terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan. Apabila penetapan harga dilakukan secara tepat sesuai dengan daya beli konsumen hal tersebut akan mendapatkan perhatian dari konsumen yang mampu memicu pembelian barang atau jasa yang ditawarkan.

Harga memiliki hubungan yang dinilai mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Jika harga suatu barang atau jasa sesuai dengan kualitas yang ditawarkan maka loyalitas pelanggan akan muncul pada diri konsumen. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulady, dkk (2023) yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Nurwulandari & Maharani (2021) menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan faktor pendorong lain yang mampu mempengaruhi yaitu dengan memberikan fasilitas yang baik dan juga memadai. Loyalitas bisa terbentuk apabila pelanggan merasa puas terhadap fasilitas yang diberikan. Menurut Tjiptono (2016b), fasilitas adalah bukti fisik yang harus ada sebelum suatu barang atau jasa ditawarkan kepada konsumen.. Konsumen akan cenderung memperhatikan perlengkapan atau bukti fisik yang disediakan untuk menunjang kenyamanan dalam menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan fasilitas yang memadai maka persepsi baik konsumen terhadap perusahaan akan tercipta. Fasilitas hendaknya disesuaikan dengan kebutuhan target market sehingga memicu konsumen untuk melakukan pembelian ulang karena konsumen merasa dengan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka mendorong mereka kembali untuk merasakan kenyamanan yang disediakan sehingga hal tersebut mampu menciptakan loyalitas.

Fasilitas dalam konteks ini meliputi desain interior dan eksterior, kebersihan, serta perlengkapan penunjang lain ya dibutuhkan konsumen. Persepsi yang diperoleh dari fasilitas yang ditawarkan akan membentuk suatu kepuasan konsumen yang memicu loyalitas. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Amelia & Safitri, 2021). Penelitian lain yang dilakukan oleh Nadeak & Yudhira (2023) juga mendukung bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Di lain sisi, beberapa penelitian terdahulu tidak

menemukan pengaruh signifikan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan (Muhtarom dkk., 2022)

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan melihat pentingnya loyalitas pelanggan pada bisnis café, serta adanya gap pada penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan *Café Kandang Ogut’s*”.

B. Rumusan masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Café Kandang Ogut’s*?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Café Kandang Ogut’s*?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Café Kandang Ogut’s*?

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini berfokus pada variable yang diteliti yaitu:
Variabel Independen : Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Fasilitas (X3)
Variabel Dependen : Loyalitas
2. Penelitian ini dilakukan di *Café Kandang Ogut’s* pada bulan Desember 2023

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian dan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *Café Kandang Ogut's*
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan *Café Kandang Ogut's*
3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan *Café Kandang Ogut's*

E. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan memberikan manfaat :
 - a. Dapat memberikan wawasan dan pemahaman bagi penulis untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan.
 - b. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dalam rangka mengkaji masalah yang berkaitan.
2. Secara praktis, manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan

pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Hasil penelitian juga dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk memecahkan masalah yang sama dan juga menambah pengetahuan dan memberikan informasi pada pimpinan perusahaan, khususnya mengenai kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan.