

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada jaman saatini di Indonesia memiliki kompetisi dagang yang sangat ketat dan bersaing seperti produk baik dagang ataupun jasa. Dalam hal ini pemasaran merupakan peranan cukup penting bagi setiap perusahaan jasa ataupun dagang. Misalnya Seperti meningkatkannya kualitas pada jasa ataupun produk dengan menggunakannya strategi pemasaran yang terlihat menarik di mata konsumen. (Nggaur, 2018) contoh suatu bisnis yang memiliki daya saing yang banyak dibidang jasa yaitu cafe. Konsumen memiliki berbagai macam pilihan seperti citras perusahaan yang baik, suasana cafe yang nyaman, kualitas pelayanan perusahaan yang baik, produk makanan perusahaan yang enak dan harga yang terjangkau. hal ini bisa menjaditantangan tersendiri bagisetiap perusahaan jasa. Ketatnya persaingan dalam produk jasa dan ekspektasi konsumen yang semakin meningkat menjadikan perusahaan jasa wajib memiliki cara untuk meningkatkan proporsi nilai diperusahaannya.

Banyaknya tempat Kafe yang berkembang menjadikan konsumenlebih detail untukmenentukan pilihannya dalam setiap akan membeli prroduk. Konsumenakan membeli prodduk dengan melihat apakah perusahaan mempunyai citra perusahaan yang baik dalam hal apapun. Tujuan dari pemilik perusahaan untuk memiliki citra perusahaan yang baik adalah bagaimana perusahaan mengidentifikasi produkyang dihasilkan sehinggaberbeda dengan produk pesaing perusahaan lainnya. Dengan adanya citra perusahaan yang

mendapatkan nilai baik dapat membuat kafe Markas Ranjau banyak dikenal oleh masyarakat dan bisa menjadikan suatu pilihan konsumen dalam melakukan pembelian. (Sutisna, 2001) menyebutkan citra merupakan hasil pandangan konsumen terhadap suatu obyek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber disetiap waktu. (Sutisna, 2001) juga mengemukakan pentingnya citra perusahaan yaitu memberi kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen supaya mencapai tujuan secara efektif, konsumen adalah sebagai penyaring yang bisa mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan, konsumen juga berfungsi sebagai pengalaman dan harapan atas kualitas pelayanan perusahaan.

Eksistensi bisnis cafe di Mojokerto menjadi pemandangan sehari-hari khususnya dikalangan remaja. Salah satu tempat cafe yang ada di Kecamatan Mojosari yang dapat menarik perhatian penulis adalah cafe Markas Ranjau yang terletak di Desa Kauman Gang 2 Jalan Airlangga No 106, Sarirejo dua, Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto. Hal yang menarik pertama yaitu perhatian penulis tertuju pada intensitas pengunjung yang selalu ramai terutama pada saat malam hari dan di hari weekend. Markas Ranjau merupakan salah satu cafe yang dibidang kekinian, Markas Ranjau sendiri didesain sangat menarik dan instagramable sehingga membuat para konsumen merasa betah dan nyaman.

Salah satu elemen yang penting yang dijadikan pertimbangan utama oleh para konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk yaitu adanya Kualitas Pelayanan semua konsumen di Kafe Markas Ranjau berharap akan adanya pelayanan yang baik dari setiap produk atau jasa yang dibeli. Karena konsumen pada dasarnya akan membeli beberapa produk atau jasa yang dapat memenuhi keinginan juga kebutuhannya. Kondisi pelanggan adalah gambaran dari kualitas layanan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masalah,

promosi dari mulut kemulut, dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan (Bahar & Sjahrudin, 2017). Menurut (Sugiarto, 2002) kualitas pelayanan adalah cara yang diberikan oleh petugas pelayanan dari suatu perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhannya untuk pelanggan sehingga tercapai kepuasannya. Bagi perusahaan Kafe Markas Ranjau akan mencapai keberhasilan jika memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas adalah hal yang mutlak untuk dilakukan para karyawan perusahaan Kafe Markas Ranjau agar perusahaan tersebut mendapatkan citra yang baik bagi para konsumen sehingga bisa mendapatkan pelanggan yang loyal.

Layanan yang disediakan Markas Ranjau Mojosari tidak hanya berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Layanan disini juga memberikan bentuk pelayanan yang diberikan pemilik atau pegawai Cafe terhadap konsumen yang akan melakukan pembelian yaitu dengan pilihan menu yang tersedia di Cafe Markas Ranjau Mojosari. Pelayanan di cafe ini juga berupa fasilitas yang diberikan konsumen selama berada di tempat yaitu dengan tempat makan yang luas, parkir luas, kamar mandi, musholla, wifi, dan tempat istirahat. Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan tersebut agar pengunjung merasa puas melakukan pembelian di Cafe Markas Ranjau.

Menurut (Hurriyati, 2005) Loyalitas konsumen adalah salah satu perilaku konsumen yang diberikan kepada perusahaan dengan cara membeli rutin berdasarkan unit pada pengambilan keputusan. (Hurriyati, 2005) juga mengemukakan loyalitas konsumen lebih mengacu kepada perilaku dari konsumen untuk pengambilan keputusan yang bertujuan untuk melakukan pembeliannya secara berulang-ulang terhadap produk atau jasa kepada

perusahaan yang telah dipilih. Dengan adanya loyalitas konsumen berarti pelanggan sudah mendapatkan kepuasan, kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu produk atau jasa yang digunakan, ada kemungkinan konsumen juga akan merekomendasikannya produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Hal ini sangat di inginkan setiap perusahaan Kafe Markas Ranjau supaya mendapatkan dua kali keuntungan dan dalam jangka yang panjang. Kafe Markas Ranjau juga berupaya meningkatkan citra perusahaan dan kualitas pelayanan yang baik Sehingga dapat mempertahankan mereka para pelanggan setia, karena hal itu sama saja bisa meningkatkan system keuangan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai loyalitas konsumen di Markas Ranjau Mojosari dan mengambil judul **“Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen”** dengan studi kasus pada cafe Markas Ranjau Mojosari.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas permasalahan yang akan dibahas dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Cafe Markas Ranjau Mojosari?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Cafe Markas Ranjau Mojosari?
3. Apakah citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Cafe Markas Ranjau Mojosari?

C. TUJUAN PENELITIAN

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

1. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen di Cafe Markas Ranjau Mojosari
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Cafe Markas Ranjau Mojosari
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Cafe Markas Ranjau Mojosari.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini berharap dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis bagi perusahaan, universitas, dan penulis :

1. Secara teoritis

Bisa mendapatkan informasi tambahan secara teori dengan penelitian yang sesuai dengan judul yang hampir sama yang utama mengenai loyalitas konsumen terhadap citra perusahaan dan kualitas pelayanan.

2. Secara Praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan dengan kesetiaan konsumen di Caffe Markas Ranjau Mojosari

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan supaya Universitas Islam Majapahit mempunyai tambahan referensi di bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi penulis

Untuk bahan kajian ilmiah dari penelitian dapat diperoleh untuk diimplementasikan di Lapangan Kerja. Dengan adanya penelitian ini penulis juga mempunyai kesempatan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kestiaan pelanggan.