

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Diera global, kemajuan bisnis berkembang dengan cepat, contohnya adalah usaha kuliner. Munculnya pesaing baru yang berakibat persaingan yang dilakukan semakin ketat, dalam menghadapi masalah seperti itu pengusaha dituntut untuk berpikir tangap dan cepat dalam menentukan sebuah keputusan. Pelaku sebuah usaha dituntut harus memiliki pemikiran yang kreatif agar tidak kalah dengan pesaingnya dan dapat mempertahankan usaha yang dijalani. Dalam persaingan pelaku usaha harus mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat memenangkan persaingan.

Dengan pemahaman keinginan dan kebutuhan konsumen, maka pelanggan dapat memberi respon yang baik serta memberikan masukan. Masukan dari konsumen sangat penting untuk pemilik usaha karena dengan adanya komentar dari konsumen, produsen dengan mudah mengetahui kelemahan dan kekurangan yang ada di dalam perusahaannya entah itu tentang masakan ataupun masalah yang lainnya. Hal tersebut juga akan menjadi awal untuk merancang strategi baru untuk menciptakan rasa puas bagi konsumen dan mampu bersaing dilapangan. Perhatian terhadap kebutuhan dan kepuasan terhadap pelayanan adalah kunci utama guna mencapai keberhasilan sebuah bisnis di tengah persaingan yang lebih sulit.

Dengan cara ini, pengusaha perlu memberikan kesan yang baik kepada pelanggan, misalnya memberikan perasaan puas melalui kinerja yang sesuai dengan sifat barang yang ditawarkan. Dalam dunia usaha kualitas pelayanan adalah salah satu strategi guna menarik minat konsumen baru, pertahankan konsumen baru yang sudah menjadi pelanggan, jauhkan dari pertukaran pelanggan dan dapatkan keuntungan individu. Bisnis yang berfokus pada kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi minat pembeli dan bisa menjadi awal terciptanya rasa percaya diantara pemilik dan konsumen. Kualitas pelayanan adalah pekerjaan untuk mendapatkan kepercayaan dari klien, dan agar pelanggan nyaman dengan pelayanan yang disediakan dan mempunyai nilai tambah dari yang diinginkan.

Dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen, implikasinya konsumen akan merasakan kepuasan yang tinggi. Selain kualitas pelayanan, ada beberapa petunjuk lain yang menjadi variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Reaksi pelanggan biasanya dipengaruhi oleh bantuan yang diberikan dan biaya yang ditawarkan, dari kedua faktor tersebut yang nantinya akan memunculkan respon pelanggan. Respon pelanggan biasanya dilihat dari kepuasan konsumen, kepuasan konsumen merupakan salah satu tingkatan dimana kebutuhan, harapan, dan keinginan dari konsumen yang terpenuhi dan memiliki dampak baik bagi kedua belah pihak.

Keuntungan konsumen adalah dapat terpenuhi dari segi kepuasan terhadap produk yang dibelinya, jika terpenuhi keinginan dari konsumen

pasti konsumen menjadi semakin percaya pada pelayanan dan harga yang diharapkan. Sebuah usaha pasti mempunyai strategi yang dilakukan dalam menjalankan memasarkan sebuah produk, strategi tersebut dimaksudkan guna konsumen yang berkunjung dapat menjadi loyal dan bertahan menjadi pelanggan tetap dan akan mendatangkan konsumen konsumen baru. Jika konsumen merasakan kepuasan, pasti akan melakukan kunjungan secara berulang dan hal tersebut dapat memacu konsumen baru untuk datang mencoba. Faktor yang mendasar lainnya adalah harga yang ditetapkan, harga adalah komponen yang mempengaruhi loyalitas konsumen, banyak organisasi gagal karena mereka menetapkan tolak ukur harga yang terlalu tinggi.

Dalam penetapan harga perusahaan juga harus mempertimbangkan perekonomian sekitar tempat usaha yang didirikan. Harga adalah salah satu pilihan yang umumnya dipertimbangkan pembeli, maka dari itu perusahaan juga harus melakukan pertimbangan terhadap harga yang akan ditetapkan. Misalkan pada tempat yang ditetapkan adalah wilayah yang kebanyakan berpenghasilan rendah, pada kasus ini produsen harus bisa melakukan pendekatan dan menyesuaikan harga produk agar masyarakat di sekitar tempat usaha tersebut dapat tertarik dan mulai membeli barang yang disediakan. Respon konsumen pada produk yang disediakan sangatlah penting dalam menjalankan usaha, semakin baik respon konsumen kepada produsen semakin semakin tinggi pula pendapatan yang didapatkan.

Akan tetapi jika respon konsumen buruk terhadap produk yang ditawarkan akan berdampak buruk pula pada penjualan produk yang ditawarkan. Masalah tersebut juga berdampak pada pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan. Warung kopi Bu Yuni didirikan sejak 2012 merupakan sebuah usaha warung kopi yang dibangun di desa Gondang. Tempat tersebut menyediakan makanan dan minuman khususnya kopi, patokan harga pada tempat ini tergolong sangat terjangkau. Di tempat tersebut juga menyediakan makanan yang bervariasi, di tempat ini konsumen bisa sekedar ngopi maupun makan.

Lokasi yang disediakan luas dan nyaman membuat konsumen yang datang merasa betah. Mengingat fondasi yang diungkapkan sebelumnya, maka pada penelitian yang ditulis peneliti menggunakan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasar klarifikasi mengenai landasan itu, maka rencana perumusan masalah didalam studi ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan?
- b. Apakah harga mempengaruhi loyalitas pelanggan?
- c. Apakah pelayanan dan harga mempengaruhi loyalitas konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk memahami dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pembeli di warkop Bu Yuni,
- b. Memahami dampak harga pada ketergantungan pelanggan di warung kopi bu yuni,
- c. Mengetahui dampak kualitas pelayanan dan harga pada ketergantungan pembelian di warung kopi bu yuni secara bersamaan.

1.4. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk perbandingan penelitian mendatang.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian yang dilakukan dapat dimanfaatkan untuk masukan kepada pengusaha terkait.