

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen. Konsumen yang merasakan pelayanan yang baik dan harga yang sepadan dengan nilai produk cenderung lebih puas dan loyal terhadap merek tersebut. Oleh sebab itu kualitas pelayanan dan harga sangat penting untuk memahami dinamika hubungan perusahaan dan pelanggan.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang meningkatkan loyalitas konsumen. Kualitas memotivasi konsumen untuk mengembangkan hubungan yang kuat dengan kedai kopi, ketika persaingan antar pengecer semakin meningkat, kedai kopi mempunyai kewajiban untuk memberikan pelayanan yang unggul.

. Menurut (Chaerudin, 2021) ada lima dimensi untuk mengukur kualitas layanan, yang didasarkan pada perbedaan ekspektasi konsumen dan nilai kerja: Daya tanggap (*Responsiviness*), Keandalan (*Reability*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) dan Bukti Fisik (*Tangible*).

Daya tanggap (*Responsiviness*) adalah kewaspadaan dan kesediaan pegawai untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Keandalan (*Reability*), adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal. Jaminan (*Assurance*) adalah pengetahuan yang cukup dari seseorang karyawan terhadap produk, kualitas, keramahan, bahasa, kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam memberikan

informasi, dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Empati (*Emphaty*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian secara individual atau pribadi kepada seorang pelanggan atau konsumen. Bukti Fisik (*Tangible*) adalah berupa penampilan fisik, perlengkapan pribadi media komunikasi, dan hal-hal lain yang bersifat fisik.

Harga juga dapat pengaruh terhadap menurunnya loyalitas konsumen, konsumen cenderung ragu untuk membeli produk karena tingkat keterjangkauan harga yang sangat tinggi. Ada empat dimensi yang dirancang untuk mengukur harga yaitu: Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga. Namun konsumen mampu membeli produk di wilayah yang mencakup masyarakat kelas menengah ke bawah dan terdorong untuk membeli produk dalam jangka panjang. Dalam hal ini harga yang kompetitif dan kualitas produk yang sesuai meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen merupakan faktor yang memberikan banyak manfaat bagi pemasar oleh karena itu, perusahaan berupaya semaksimal mungkin untuk mempertahankan atau meningkatkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen menjadi faktor kunci yang membedakan suatu perusahaan dengan lain. Contoh bisnis yang membutuhkan loyalitas konsumen adalah kedai kopi. Misalnya kedai kopi Erky perlu memastikan bahwa pelanggannya tetap setia dan kembali lagi ke tokonya, kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor yang sangat penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas konsumen menurut Armstrong yang di kutip dalam Pradena (2018:37) “Menyatakan menjaga konsumen untuk tetap loyal dan masuk akal

dalam bidang ekonominya. Pelanggan yang setia memakai produk perusahaan lebih sering dengan waktu yang sangat lama. Kehilangan konsumen yang setia juga sama dengan kehilangan konsumen dimasa yang akan datang. Sedangkan Menurut Sheth & Mittal dalam Firmansyah (2019:47), loyalitas pelanggan adalah komitmen konsumen terhadap suatu toko, atau pemasok yang didasarkan pada atribut yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian berulang secara teratur.

Kedai Kopi Erky adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Cibeunying Kaler, Kota Bandung Jl. Pikiidro I, No.16, Jawa Barat, jam operasional kedai kopi Erky mulai dari jam Senin-Sabtu, 09:00-22:00 Kedai ini telah beroperasi sejak bulan Maret tahun 2022. Di Kedai Kopi Erky menawarkan berbagai pilihan menu, termasuk aneka nasi, kopi, dan jajanan. Kedai Kopi Erky saat ini menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pebisnis karena menghasilkan keuntungan yang sangat tinggi dan di Kedai Kopi Erky juga menyediakan berbagai macam jenis minuman kopi yang berkualitas seperti kopi gula Aren, Americano dan masih banyak kopi lainnya, Kedai Kopi Erky juga terdaftar sebagai Super Partner di GoFood, yang menunjukkan bahwa mereka memiliki kerjasama yang erat dengan platform tersebut. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk memesan dan membayar melalui aplikasi GoFood, yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam proses pembelian. Kedai kopi Erky juga menawarkan promo dan diskon melalui platform GoFood ini termasuk diskon untuk pembelian tertentu, yang dapat bervariasi tergantung pada waktu dan jenis produk yang dipesan.

Dibalik pasar yang begitu luas, ada beberapa persaingan bisnis Kedai Kopi Erky sangat ketat seperti Kedai Kopi King yang berada di Jl. Pikiidro I, No.16, Jawa

Bara, Kedai ini berlokasi di alamat yang sama dengan Kedai Kopi Erky, Kedai Kopi Legendaris yang berada di Jl. Pikitdro I, No.16, Jawa Bara, dan Kopi Truk yang berada di Jl. PH. H. Hasan Mustofa No.76, Cikutra, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Semua pesaing ini berlokasi yang sama dan tidak terlalu jauh dari Kedai Kopi Erky, sehingga bisnis kopi yang ada di Kedai Kopi Erky sangat ketat.

Namun, Kedai Kopi Erky juga menghadapi beberapa permasalahan yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan seperti dilihat dari segi *Responsiviness* (Daya tanggap) upaya karyawan terhadap pelanggan sering kali mengeluh bahwa waktu menunggu pesanan di Kedai Kopi Erky terlalu lama, dikarenakan jumlah karyawannya cuman satu orang, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan. Beberapa pelanggan merasa bahwa kinerja kualitas pelayanan di Kedai Kopi Erky kurang sesuai dengan harapan mereka, seperti kinerja staff yang kurang ramah atau tidak dapat mengatasi masalah yang terjadi hal ini dilihat dari *Kehandalan (Reliability)* karyawan di Kedai Kopi Erky. Berikutnya dilihat dari *Jaminan (Assurance)* beberapa pelanggan juga yang merasa bahwa kesopanan dari karyawan di Kedai Kopi Erky kurang puas hal ini di karenakan adanya pengetahuan karyawan yang masih minim. Berikutnya dilihat dari *Empati (Empathy)* di Kedai Kopi Erky itu sendiri ada beberapa pelanggan atau konsumen yang menyatakan bahwa karyawan disana kurang perhatian kepada pelanggan atau kurang mengutamakan kepentingan pelanggan seperti memesan kopi yang tidak sesuai permintaan dari pelanggan, dan untuk *Bukti Fisik (Tangible)* beberapa pelangga atau konsumen yang menyatakan bahwa fasilitas di Kedai Kopi Erky kurang memadai, seperti kurangnya meja atau

kursi yang tersedia dan materi komunikasi dan teknologi seperti jaringan wifi kurang begitu bagus hal ini akan berdampak secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan pengamatan peneliti di Kedai Kopi Erky, seiring berjalannya waktu, beberapa masalah terkait loyalitas konsumen telah muncul dan secara bertahap menurun. Menurunnya loyalitas konsumen diyakini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan karyawan di Kedai Kopi Erky kualitas pelayanan yang diberikan oleh para pegawai tersebut diketahui sangat tinggi sehingga konsumen mengeluhkan pegawainya yang tidak ramah, masih menggunakan telepon genggamnya saat melakukan pelayanan, dan tidak sabar. Untuk mengetahui menurunnya Kualitas pelayanan di kedai Kopi Erky berikut adalah data keluhan pelanggan atau konsumen yang berkunjung di Kedai Kopi Erky.

**Tabel 1.1 Keluhan Konsumen Kedai Kopi Erky**

<b>Keluhan konsumen</b>		
	<b>Kualitas Layanan</b>	<b>Frekuensi</b>
1	Waktu yang dibutuhkan untuk menunggu pesananan terhitung cukup lama	10
2	Daya tanggap untuk menanggapi permintaan konsumen terbilang tidak cepat	13
3	Kesopanan dan pengetahuan karyawan dalam melayani pelanggan atau konsumen kurang puas.	8
4	Ruangan tempat duduk tidak terlalu luas	17
5	Fasilitas kurang memadai seperti meja, kursi dan sebagainya.	11

**Sumber: Konsumen Kedai Kopi Erky**

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hasil wawancara peneliti dilihat dari segi kualitas layanan di kedai kopi Erki akan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Menurut Martono *et, al* (2021) Kualitas pelayanan khusus mendorong pelanggan untuk mengembangkan hubungan jangka Panjang dan saling menguntungkan dengan perusahaan jenis hubungan emosional ini memungkinkan perusahaan untuk secara akurat memahami harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan mereka.

Arianto (2018:83) mengartikan kualitas pelayanan sebagai pemusatan pada kepuasan kebutuhan dan spesifikasi di samping pemenuhan tenggat waktu untuk memuaskan klien. Semua layanan yang diberikan oleh bisnis kepada klien saat mereka berada di sana tunduk pada kode kualitas layanan perusahaan. Berbagai inisiatif telah dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan; hal ini sebagian besar disebabkan oleh keluhan konsumen, serta harapan dan saran mengenai layanan yang mereka terima. Setiap bisnis harus memuaskan keinginan dan preferensi pelanggannya untuk meningkatkan kualitas layanannya.

Harga juga dapat pengaruh terhadap menurunnya loyalitas konsumen, konsumen cenderung ragu untuk membeli produk karena tingkat keterjangkauan harga yang sangat tinggi. Ada empat dimensi yang dirancang untuk mengukur harga yaitu: Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga. Namun konsumen mampu membeli produk di wilayah yang mencakup masyarakat kelas menengah ke bawah dan terdorong untuk membeli produk dalam jangka panjang. Dalam hal ini harga yang kompetitif

dan kualitas produk yang sesuai meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Meskipun kedai kopi Erky terkenal dengan kopi premiumnya, namun harga yang ditawarkan harus sesuai dengan persepsi konsumen, harga yang terjangkau atau kompetitif dapat membuat konsumen merasa bahwa produk kopi yang ditawarkan memiliki nilai terbaik untuk uang, sehingga meningkatkan keinginan untuk mengulang dan berkontribusi terhadap merek tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut peneliti (Megawati, 2019), harga merupakan salah satu faktor penting yang menentukan kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa terhadap kepuasan pelanggan membawa dampak positif yang signifikan.

Kedai Kopi Erky menawarkan beberapa minuman yang biasa digunakan oleh berbagai macam pelanggan, mulai dari remaja, dewasa hingga orang tua. Berikut adalah data harga kedai kopi Erky dan pembandingnya yaitu kopi Truk

**Tabel 1.2 Data Harga dan Menu Minuman dari Kedai Kopi Erky**

<b>Nama Menu</b>	<b>Harga</b>
Es Kopi Gula Aren	Rp. 21.000,00
Es Kopi Susu	Rp. 21.000,00
Es Matcha	Rp. 23.000,00
Es Charcoal	Rp. 24.000,00
Es Coklat	Rp. 23.000,00
Es Taro	Rp. 23.000,00
Es Hojicha	Rp. 24.000,00
Es Americano	Rp. 20.000,00
Es Red Velvet	Rp. 23.000,00

**Sumber: Kedai Kopi Erky, 2024**

**Tabel 1.3 Data Harga dan Menu Minuman dari Kedai Kopi Truk**

<b>Nama Menu</b>	<b>Harga</b>
Aren latte	Rp. 18.000,00 - 22.000,00
Caffe late	Rp. 20.000,00 - 25.000,00
Cappuccino	Rp. 20.000,00 - 25.000,00
Caffe Mocha	Rp. 18.000,00 - 22.000,00
Caramel macchiato	Rp. 23.000,00 - 26.000,00
Breve latte	Rp. 25.000,00 - 30.000,00

**Sumber: Truk Kopi, 2024**

Tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa dari kedai kopi Erky memiliki cukup banyak variasi menu yang cukup banyak, dengan harga yang terbilang rata-rata berkisar dari harga Rp.21.000,00 dan yang termahal adalah Rp.24.000,00 juga lengkap dengan menu andalannya aneka kopi yang bercita rasa menarik dengan nuansa dari negara jepang sebagai tema dari kedai kopi Erky itu sendiri.

Tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa dari kopi truk memiliki sedikit variasi menu kopi, dengan harga yang terbilang rata-rata berkisar dari yang termurah adalah dengan harga Rp.18.000,00 dan yang termahal adalah Rp.30.000,00 juga lengkap dengan menu andalannya aneka kopi yang bercita rasa menarik.

Data di atas dapat interpretasikan dari segi harga kedai kopy Erky memiliki harga yang cukup mahal dan harga yang sangat tidak bersaing dipasar dalam hal ini akan berdampak secara signifikan terhadap loyalitas konsumen atau pelanggan yang akan berkunjung di kedai kopi Erky. Sementara itu dari segi harga kopi Truk lebih murah, dengan harga yang paling murah yaitu 18.000 dalam hal ini konsumen juga merasa loyal terhadap kedai kopi Truk untuk berkunjung di kopi Truk dalam hal ini dari segi harga kedai kopi Truk lebih loyal di bandingkan dengan Kedai Kopi



Eky. Untuk mengatasi masalah ini peneliti akan melakukan riset lebih dalam mengenai masalah yang terjadi di kedai kopi Erky

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Panjaitan (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cabang Jne Bandung” menunjukkan bahwa daya tanggap, kepastian, realitas, empati, dan kehandalan atau kualitas pelayanan (X) berpengaruh besar, pada kepuasan pelanggan (Y). Pengalaman pelanggan adalah aspek lain yang mungkin mempengaruhi kebahagiaan pelanggan selain kualitas layanan. *Frow dan Payne* dalam *Dagustani (2011:3)* menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap keseluruhan pengalaman mereka dengan suatu merek dapat digunakan untuk mendefinisikan pengalaman pelanggan mereka. Tujuan akhir dari penerapan ide ini adalah untuk mendorong interaksi positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. kepuasan klien dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengalaman klien, menurut penelitian yang dilakukan oleh *Dafara Nur Tsani Fitria (2021)*.

Menurut *Kotler dan Keller* dalam *(Sinurat et al, 2017)*, loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk memperoleh atau mendukung kembali produk atau layanan yang dipilih di masa depan. Artinya dengan menumbuhkan kepuasan konsumen maka akan timbul loyalitas pelanggan terhadap suatu merek atau brand. meskipun inisiatif pemasaran dan faktor kontekstual dapat menyebabkan peralihan pelanggan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh *Putra Bayu Pratama (2015)* menemukan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan dan harga.

Berdasarkan data yang diperoleh rata-rata jumlah pengunjung di Kedai Kopi Erky sangat menurun hal ini disebabkan oleh adanya kualitas pelayanan dan harga. Berikut adalah data jumlah pengunjung di Kedai Kopi Erky.

**Tabel 1.4 Data jumlah pengunjung di kedai kopi Erky 2022-2023**

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pengunjung	Presentase Perubahan
1	Maret	2022	621	-
2	Mei	2022	215	(-) 65,42%
3	Juli	2022	143	(-) 33,49%
4	September	2022	122	(-) 14,69%
5	November	2022	711	(+) 482,79%
6	Januari	2023	100	(-) 85,94%
7	Maret	2023	255	(+)155,00%
8	Mei	2023	98	(-)61,57%
9	Juli	2023	266	(+)171,43%
10	September	2023	110	(-)58,65%

**Sumber: Konsumen Kedai Kopi Erky**

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa jumlah konsumen di kedai kopi Erky Pada bulan mei dan maret di tahun 2022 terjadi penurunan signifikan sebesar 65.42%. Hal ini menunjukkan adanya penurunan aktivitas kunjungan pelanggan dalam periode dua bulan ini. Penyebabnya bisa bermacam-macam, seperti perubahan musiman, promosi yang kurang efektif, atau perubahan dalam preferensi konsumen. Selanjutnya, jumlah penurunan pada bulan juli dan mei tahun 2022 sebesar 33.49% menunjukkan bahwa trend penurunan jumlah pengunjung masih berlanjut. Ini bisa mengindikasikan adanya faktor-faktor eksternal atau internal yang mempengaruhi minat pelanggan untuk datang ke kedai. jumlah penurunan bulan september dan juli 2022 sebesar 14.69%, tren penurunan ini mulai melambat

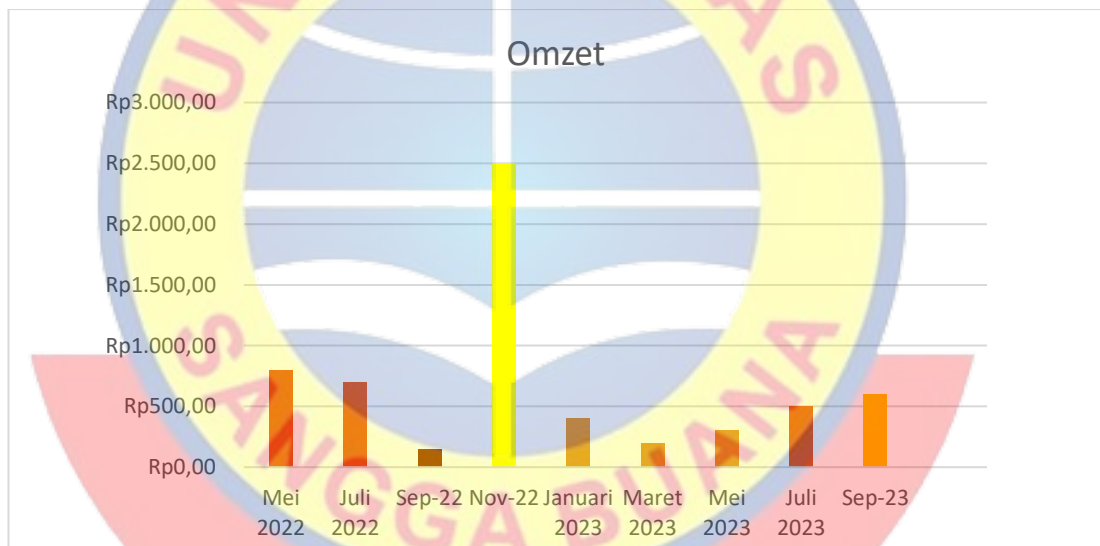
dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya. Hal ini bisa menunjukkan adanya perubahan strategi atau upaya untuk mempertahankan basis pelanggan yang ada. Di bulan september dan november 2022 terjadi lonjakan drastis sebesar 482.79%, yang menandakan bahwa ada faktor yang signifikan yang menyebabkan peningkatan kunjungan pada bulan ini. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti peluncuran produk baru, promosi yang berhasil, atau perubahan musiman yang menguntungkan. Pada bulan januari 2023 dan November 2022 terjadi penurunan besar sebesar 85.94%. Ini bisa terkait dengan efek pasca-musim liburan atau penurunan minat konsumen setelah periode tertentu. Selanjutnya pada bulan maret dan januari 2023 kenaikan sebesar 155.00% menunjukkan adanya pemulihan signifikan dalam jumlah pengunjung. Mungkin ada strategi atau promosi yang berhasil dilakukan untuk menarik kembali pelanggan. Pada bulan mei dan maret 2023 terjadi penurunan sebesar 61.57%. Ini bisa menunjukkan adanya siklus alami penurunan kunjungan setelah periode tertentu, atau faktor lain yang mempengaruhi minat pelanggan. Bulan juli dan mei 2023 kenaikan sebesar 171.43% menunjukkan adanya keberhasilan dalam strategi untuk meningkatkan kunjungan kembali. Hal ini bisa disebabkan oleh peluncuran produk baru, promosi yang efektif, atau perubahan lain dalam pengelolaan kedai. Pada bulan September dan juli 2023 terjadi penurunan sebesar 58.65%, trennya masih menunjukkan fluktuasi yang bisa diakibatkan oleh faktor musiman atau strategi promosi yang berbeda.

Hasil uji t yang menghasilkan nilai t sebesar 10,235 dan diterima pada taraf signifikansi 10% menjadi buktinya. Loyalitas pelanggan meningkat seiring dengan meningkatnya kepuasan pelanggan. Sebaliknya, menurunnya kepuasan pelanggan

mengakibatkan menurunnya loyalitas pelanggan. Meskipun ada merek produk pesaing lain yang memiliki kualitas layanan lebih baik, klien setia biasanya akan tetap membeli merek tersebut. Sebuah merek produk luar ruangan memiliki kekuatan merek yang signifikan jika sejumlah besar kliennya masuk dalam deskripsi ini.

Beberapa masalah yang sedang dihadapi oleh kedai kopi Erky yang sangat berdampak kepada loyalitas konsumen seperti yang ditunjukkan dalam grafik dibawah ini:

**Gambar 1.1 Data Penjualan Tahun 2023-2024**



**Sumber: Manajer Kedai Kopi Erky**

Berdasarkan data di atas, penjualan kedai Kopi Erky mencatatkan penurunan pada tahun lalu, khususnya pada bulan september 2022 dengan pendapatan Rp.150.000 dan pada bulan september 2023 mencatatkan penurunan sebesar Rp.600.000 dari tabel data penjualan diatas dihitung dari bulan september 2022 dan di bulan september 2023 sebesar 4,36%. Hal ini menunjukkan ketidakpuasan

konsumen terhadap kedai kopi Erky selama satu tahun terakhir sehingga mempengaruhi penjualan. Hasil dari fenomena di atas menunjukkan bahwa konsumen mengeluhkan kualitas pelayanan yang kurang optimal, lokasi yang lambat dan tidak nyaman, harga yang tidak terjangkau, dan lokasi yang tersembunyi.

Peneliti juga melakukan pra survey kepada 40 konsumen Kedai Kopi Erky untuk melihat permasalahan yang terjadi pada kedai kopi saat ini, hasil pra survey disajikan sebagai berikut:

**Tabel 1.5 Hasil Kuisisioner Pra Survei Mengenai Loyalitas Konsumen (Y)**

No	Pernyataan	Tanggapan				Jumlah Responden
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Kedai kopi Erky berhasil membuat konsumennya melakukan pembelian ulang	14	33,3%	28	66,7%	100%
2	Kedai kopi Erky berhasil membuat konsumennya dapat merekomendasikan produk kepada pihak lain	13	31%	29	69%	100%
Rata-rata		67,5%		142,5 %		100%

**Sumber: Data Primer yang diolah 2024**

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner pra survey di table loyalitas konsumen, cukup banyak hasil yang tidak setuju dengan kedua pernyataan tersebut dengan responden 66,7% tidak melakukan pembelian ulang dan 69% konsumen tidak dapat merekomendasikan produk terhadap orang lain sehingga dapat diartikan kedai kopi Erky kurang terhadap loyalitas konsumen.

Loyalitas pelanggan akan tercipta didasarkan pada kemampuan layanan yang diterima dan dapat memenuhi harapan dan kebutuhannya. Adapun jika perusahaan

ingin pelanggannya setia dan datang kembali untuk membeli produk perusahaan, maka syarat utama yang harus dilakukan perusahaan adalah membuat pelanggan memperoleh loyalitas konsumen atas penggunaan produk yang telah dibelinya. Sedangkan apabila pelanggan tidak memperoleh kepuasan yang diinginkan, maka pelanggan tidak akan menjadi loyal dan melakukan pembelian kembali, maka dari sini pentingnya menjaga loyalitas dari sebuah pelanggan (Maimunah, 2019).

**Tabel 1.6 Hasil Kuisioner Pra Survei Mengenai Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

No	Pernyataan	Tanggapan				Jumlah Responden
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Kemampuan pelayanan petugas/karyawan kedai kopi Erky dapat dipercaya	18	42,9%	24	57,1%	100%
2	Staff Kedai kopi Erky ramah terhadap konsumen	19	45,2%	23	54,8%	100%
Rata-rata		92,5%		117,5%		100%

**Sumber: Data Primer yang diolah kembali 2024**

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner pra survey ditabel Kualitas Pelayanan, cukup banyak yang menyatakan setuju dari tingkat pelayanan staff kedai kopi Erky. Namun 57,1% konsumen menjawab tidak mampu untuk melayani konsumen atau kurang di percaya Sedangkan yang menjawab tidak ramah terhadap konsumen sebanyak 54,8% oleh karena itu dapat diartikan staff kedai kopi Erky dilihat dari kualitas pelayanan sangat berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Menurut Martono *et, al* (2021) Kualitas pelayanan khusus mendorong pelanggan untuk mengembangkan hubungan jangka Panjang dan saling

menguntungkan dengan perusahaan jenis hubungan emosional ini memungkinkan perusahaan untuk secara akurat memahami harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan mereka.

**Tabel 1.7 Hasil Kuisioner Pra Survei Mengenai Harga (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Tanggapan				Jumlah Responden
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Harga produk di kedai kopi Erky cukup terjangkau	15	35,7%	27	64,3%	100%
2	Harga di kedai kopi di kopi Erky sesuai dengan produk yang diberikan	17	40,5%	25	59,5%	100%
Rata-rata		80%		130%		100%

**Sumber: Data Primer yang diolah kembali 2024**

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner pra survey di tabel harga, cukup banyak yang menyatakan harga produk kedai kopi Erky sangat terjangkau. Dalam penelitian ini, 35,7% responden setuju dengan harga produk kedai kopi Erky terjangkau namun, 64,3% responden tidak setuju dengan pernyataan harga cukup terjangkau dan harga di kedai kopi Erky sesuai dengan produk yang diberikan. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berpendapat bahwa harga produk di kedai kopi tidak terjangkau dan akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Harga menurut Swastha (2019), adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Menurut define tersebut, kebijakan mengenai harga sifatnya hanya sementara, yang berarti perusahaan harus mengikuti

perkembangan harga di pasar dan harus mengetahui posisi perusahaan dalam situasi pasar secara keseluruhan.

Hasil dari kuisisioner pada tabel diatas dapat menunjukkan bahwa dari kualitas pelayanan dan harga yang ditetapkan kedai kopi Erky sedang terdapat kesulitan. Kedai kopi Erky dapat melakukan beberapa perubahan strategi, seperti menggunakan cara evaluasi mengenai harga yang diberikan oleh kedai kopi Erky apakah sesuai dengan target pasar yang ada serta dalam keberagaman produk yang diberikannya dapat menarik minat beli serta konsumen dapat memutuskan membeli produknya.

Penelitian yang dilakukan Santoso (2019), dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Yang berarti kemampuan pelayanan dalam mengatasi keluhan dan menyesuaikan harga yang ditawarkan dengan kesesuaian produk.

Dengan adanya keadaan tersebut, diperkirakan perubahan penjualan akan dipengaruhi oleh tingkat kualitas pelayanan dan harga yang diberikan oleh Kedai Kopi Erky. Berdasarkan fenomena yang terjadi tersebut, penulis ingin melakukan penelitian terhadap penelitian yang terjadi di Kedai Kopi Erky penelitian tentang **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI KEDAI KOPI ERKY.”**

Harapan dari penelitian ini dapat mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas kosumen di Kedai Kopi Erky dilihat dari aspek *Reliability* (Kehandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan tepat waktu, *Responsiviness* (Daya



tanggap) yaitu kemampuan untuk memberikan tanggapan cepat dan tepat terhadap permintaan pelanggan, *Assurance* (Jaminan) kemampuan untuk memberikan rasa aman dan keyakinan kepada pelanggan, *Empathy* (Empati) yaitu kemampuan untuk memahami dan menanggapi emosi pelanggan, dan *Tangible* (Bukti fisik) yaitu kualitas fisik dari layanan, seperti fasilitas, desain dan kebersihan. Berikutnya dilihat dari segi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga. Berikutnya loyalitas konsumen dilihat dari melakukan pembelian secara berulang dan konsisten atau pembelian secara rutin

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti membuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis dari segi kualitas pelayanan dilihat dari aspek *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) dan *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Erky dilihat dari aspek melakukan pembelian secara berulang dan konsisten atau melakukan pembelian secara rutin.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis dari segi harga dilihat dari aspek keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Erky dilihat dari aspek melakukan pembelian secara berulang dan konsisten

### 1.3 Batasan Masalah

Mengingat latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka peneliti dapat mempersempit pertanyaan penelitian ini dan melakukan penelitian yang lebih tepat sasaran dan mendalam sebagai berikut:

1. Variabel penelitian ini hanya meneliti tentang Kualitas Layanan, Harga dan Loyalitas Konsumen
2. Analisa penelitian ini adalah konsumen di kedai kopi Erky

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti membuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan dan harga di Kedai Kopi Erky saat ini dilihat dari aspek *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) dan *Tangible* (Bukti Fisik) dan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Erky dilihat dari aspek melakukan pembelian secara berulang dan konsisten atau pembelian secara rutin baik secara parsial maupun simultan?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga di Kedai Kopi Erky saat ini dilihat dari aspek *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) dan *Tangible* (Bukti Fisik) dan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga terhadap loyalitas konsumen di Kedai Kopi Erky dilihat dari aspek melakukan pembelian

secara berulang dan konsisten atau pembelian secara rutin baik secara parsial maupun simultan?

## 1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

### A. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi data dan fenomena mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga sebagai salah satu syarat untuk mengikuti program Sarjana Ekonomi Pendidikan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

### B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga dilihat dari aspek *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) dan Bukti Fisik (*Tangible*) dan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga terhadap loyalitas konsumen di kedai kopi Erky dilihat dari aspek melakukan pembelian secara berulang dan konsisten atau pembelian secara rutin
2. Mengukur besarnya pengaruh kualitas layanan dan harga dilihat dari aspek *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) dan Bukti Fisik (*Tangible*) dan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga terhadap loyalitas konsumen di kedai

kopi Erky dilihat dari aspek melakukan pembelian secara berulang dan konsisten atau pembelian secara rutin

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen sehingga hasil penelitian ini dapat berguna bagi:

#### **A. Bagi Peneliti**

1. Terutama sebagai sarana menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan, harga dan loyalitas konsumen.
2. Sebagai bantuan untuk mempraktekkan teori yang dipelajari di perkuliahan.

#### **B. Bagi Perusahaan**

1. Temuan ini diharapkan dapat membantu perusahaan memahami bagaimana kualitas layanan, harga, mempengaruhi loyalitas konsumen.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan opini dan evaluasi kepada pihak manajemen di kedai kopi Erky mengenai pengambilan keputusan dalam mempertimbangkan pelayanan dan harga dalam menjalankan usaha kopi.

#### **C. Bagi Pihak Lain**

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan dampak yang bermanfaat bagi keilmuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.
2. Kami berharap dapat digunakan sebagai alat informasi bagi pembaca yang sedang meneliti bidang yang sama.

