

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini perkembangan dalam dunia kuliner di Bandung menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. Dalam hal ini bisa saja menjadi daya tarik itu sendiri yang dapat membuat setiap orang berkunjung ke kota Bandung. Terlepas dari dampak yang ditimbulkannya, tentu wisata kuliner di Bandung dalam pengembangan ke depan dapat menggerakkan perekonomian lokal. Dengan semakin banyaknya restoran dan café di Bandung yang menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman yang beragam, industri makanan di sana semakin berkembang serta sebagai hasilnya pendapatan per kapita terus meningkat. Salah satu daerah yang mengalami perkembangan yaitu di Jl. Terusan Cibaduyut. Adapun daftar café yang ada di Jl. Terusan Cibaduyut terlampir sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Cafe di Jalan Cibaduyut**

| <b>No</b> | <b>Nama</b>     | <b>Alamat</b>  |
|-----------|-----------------|--|
| 1         | Cafe Murbeng    | Jl. Terusan Cibaduyut No. 283, Cibaduyut Kidul, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat                       |
| 2         | Warunk Big      | Gedung Yamaha BIG Motor, Jl. Cibaduyut No.188, Cibaduyut Kidul, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40239 |
| 3         | Kopi Janji jiwa | Gedung Yamaha BIG Motor, Jl. Cibaduyut No.186, Cibaduyut Kidul, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40239 |
| 4         | CaFe "Out'toy"  | Jl. Cibaduyut samping TVRI No.267A, Cibaduyut, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40239                  |

Sumber : *Manager Cafe Murbeng*

Para pemilik usaha café harus bisa bersaing dan mempertahankan pasarnya karena banyaknya restoran dan cafe baru yang telah dibuka, konsumen juga kini memiliki lebih banyak pilihan tempat untuk dipilih dalam memilih cafe, yang dapat membantu meningkatkan loyalitas konsumen. Pemilik usaha juga dituntut harus belajar dari beberapa konsumen bahwa terdapat perubahan perilaku konsumen saat memilih cafe. Konsumen juga tidak hanya membeli makanan atau minuman untuk memenuhi rasa lapar mereka akan tetapi mereka juga menggunakannya sebagai tempat untuk bertemu dan bersosialisasi dengan rekan bisnis, teman, kenalan baru, dan bahkan konsumen lain dalam satu kelompok.

Kekuatan persaingan terhadap suatu usaha cafe ini yaitu kesanggupan dalam mempertahankan bisnis perusahaan cafe lainnya untuk mendapatkan pangsa pasar. Dalam sudut pandang konsumen, kekuatan bersaing yaitu nilai suatu produk atau layanan yang memungkinkan mereka untuk memilih dari berbagai produk atau jasa yang tersedia. Daya tarik komponen dalam persepsi konsumen tersebut adalah lokasi dan harga yang dapat memberikan loyalitas konsumen untuk terus menerus datang kembali dalam membeli produk dan jasa yang telah disediakan. (Finesha, 2019)

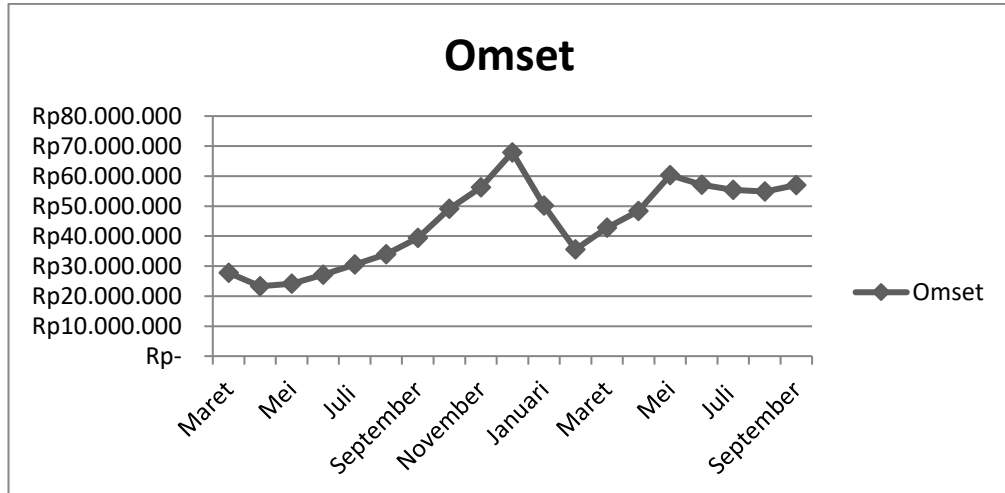
Pengaruh loyalitas konsumen selain Lokasi dan Harga terdapat juga pengaruh lain yaitu kualitas layanan. Menurut Kotler (2014: 213) Pelayanan adalah “Setiap tindakan atau aktifitas yang ditawarkan oleh pihak pertama kepada pihak kedua, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik”.

Menurut Tjiptono (2016: 59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan” maka kualitas layanan adalah suatu tingkatan kemampuan perusahaan dalam menyediakan segala sesuatu yang menjadi perhatian konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Hal ini sangat penting dalam proses mendapatkan kepuasan konsumen karena kepuasan konsumen akan memberikan dampak terjadinya pembelian yang berulang yang pada akhirnya bisa meningkatkan penjualan.

Setelah kualitas layanan, ada faktor penting dalam penjualan dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga. Harga yang diberikan harus sesuai dengan kondisi ekonomian konsumen yang akan datang, karena bagi konsumen harga suatu bahan dalam mempertimbangkan untuk memutuskan dalam pembelian produk. Menurut (Nur Laely, 2016: 66) Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran.

Beberapa masalah yang sedang dihadapi oleh café murbeng yang berdampak kepada loyalitas konsumen seperti yang ditunjukan dalam grafik dibawah ini :

**Gambar 1. 1**  
**Data Penjualan Tahun 2020 - 2021**



Sumber : *Manager Cafe Murbeng*

Berdasarkan data diatas, penjualan Cafe Murbeng mengalami penurunan selama 1 tahun terakhir terutama pada bulan April 2020. Hal ini menggambarkan adanya ketidak puasan konsumen terhadap Cafe Murbeng sehingga mempengaruhi pada omset yang didapatkan. Oleh karena itu, agar dapat mengetahui penyebab terjadinya penurunan penjualan di Cafe Murbeng, peneliti melakukan analisis sebelum penelitian. Ada beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen mengenai kualitas layanan dan harga di Cafe Murbeng sehingga ditemukan beberapa masalah yang diindikasi menyebabkan penurunan omset di Cafe Murbeng.

Fenomena yang terjadi dilapangan dilakukan observasi dan wawancara terhadap beberapa pelanggan Café Murbeng mengeluhkan tentang kualitas layanan, yang mana terdapat beberapa fasilitas yang kurang nyaman seperti koneksi internet tidak stabil, tidak terdapat menu disetiap meja atau tidak disediakan E-Menu, lokasi

yang tersembunyi sehingga sering kelewatan serta parkir yang sangat sempit sehingga sering mengganggu pengguna jalan. Disisilain juga harga yang ditawarkan kurang terjangkau bagi beberapa konsumen serta harga makanan & minuman kurang sesuai dengan yang didapatkan.

Hasil fenomena diatas menunjukan konsumen mengeluh tentang kualitas layanan yang kurang maksimal, lambat, tempat yang kurang nyaman, harga yang dinilai kurang terjangkau dan lokasi yang tersembunyi.

**Tabel 1. 2**  
**Keluhan Konsumen Café Murbeng**

| <b>Keluhan Konsumen</b>   |  |
|---------------------------|--|
| <b>- Kualitas Layanan</b> |  |
| 1                         | Pelayanan makanan yang lambat  |
| 2                         | Tempat parkir sangat sempit dan susah  |
| 3                         | Ruangan lantai 1 sangat panas dan tidak ada ventilasi udara                  |
| 4                         | Akses ke lantai 2 tangganya sangat curam, licin dan gelap                    |
| 5                         | Kemasan yang tidak ramah lingkungan  |
| 6                         | Tidak terdapat menu di lantai 2, sehingga apabila memesan harus kebawah lagi |
| 7                         | Tidak terdapat mesin edc   |
| 8                         | Makanan terkadang tidak sesuai dengan apa yang ada di menu                   |
| <b>- Harga</b>            |  |
| 1                         | Harga cukup mahal untuk kelas pelajar  |
| 2                         | Harga tidak sebanding dengan produk yang diberikan                           |
| 3                         | Harga makanan yang mahal dengan porsi yang sedikit                           |

Sumber: Konsumen Café Murbeng

Faktor lain yang dikeluhkan oleh konsumen yaitu mengenai harga makanan dan minuman yang terbilang cukup mahal sehingga mempengaruhi omset penjualan dan kepuasan pelanggan. Harga salah satu faktor penentu konsumen untuk menentukan suatu kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, sesuai dengan hasil penelitian (Megawati, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga di *cafe* terbilang cukup mahal bila dibandingkan dengan *café* sejenis dengan Cafe Murbeng. Peneliti juga melakukan pra survey kepada 20 konsumen *café* murheng untuk melihat permasalahan yang terjadi pada *café* murheng saat ini, hasil pra survey disajikan sebagai berikut :

**Tabel 1. 3**  
**Hasil Pra Survey Kualitas Layanan**

| No                      | Pernyataan  | Kategori |              | Jumlah Responden |
|-------------------------|---|----------|--------------|------------------|
|                         |   | Setuju   | Tidak Setuju |                  |
| <b>Kualitas Layanan</b> |   |          |              |                  |
| 1                       | Kondisi tempat yang nyaman, bersih dan terawatt                   | 45%      | 55%          | 100%             |
| 2                       | Kerapihan atribut karyawan <i>Café</i> Murbeng coffee yang baik   | 50%      | 50%          | 100%             |
| 3                       | Karyawan <i>Cafe</i> Murbeng memahami kebutuhan spesifik konsumen | 40%      | 60%          | 100%             |
| 4                       | Fasilitas parkir yang luas dan nyaman                             | 30%      | 70%          | 100%             |
| <b>Rata-rata</b>        |   | 41,2%    | 58,8%        | 100%             |

Sumber: Konsumen *Café* Murbeng

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pra survey ditabel kualitas layanan, cukup banyak yang menyatakan setuju dalam pernyataan karyawan *café* murheng coffee sangat ramah, sabar dan bersikap sopan. Sedangkan yang menyatakan cukup banyak tidak setuju terdapat pada pernyataan fasilitas parkir yang luas dan aman.

Maka dapat disimpula bahwa kualitas layanan akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**Tabel 1. 4**  
**Hasil Pra Survey Harga**

| No               | Pernyataan   | Kategori |              | Jumlah Responden |
|------------------|--|----------|--------------|------------------|
|                  |  | Setuju   | Tidak Setuju |                  |
| <b>Harga</b>     |  |          |              |                  |
| 1                | Harga makanan dan minuman di Café Murbeng coffee sesuai dengan yang didapatkan   | 40%      | 60%          | 100%             |
| 2                | Harga makanan dan minuman di Café Murbeng coffee sangat terjangkau bagi konsumen | 45%      | 55%          | 100%             |
| 3                | Harga makanan & minuman di Café Murbeng bersaing dengan café lain                | 40%      | 60%          | 100%             |
| <b>Rata-rata</b> |  | 41,6%    | 58,4%        | 100%             |

Sumber: Konsumen Café Murbeng

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pra survey di tabel harga, cukup banyak yang menyatakan setuju dalam pernyataan harga yang ditawarkan café murheng coffee sesuai dengan manfaat yang dirasakan, sedangkan yang menyatakan cukup banyak tidak setuju terdapat pada pernyataan harga makanan dan minuman di café murheng coffee sesuai dengan yang didapatkan .Sehingga dianggap bahwa harga akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**Tabel 1. 5**  
**Hasil Pra Survey Loyalitas Konsumen**

| No                        | Pernyataan  | Kategori |              | Jumlah Responden |
|---------------------------|---|----------|--------------|------------------|
|                           |   | Setuju   | Tidak Setuju |                  |
| <b>Loyalitas Konsumen</b> |   |          |              |                  |
| 1                         | Saya berkunjung ke Café Murbeng coffee lebih dari 2 kali dalam seminggu | 40%      | 60%          | 100%             |
| 2                         | Saya selalu membeli lagi produk di Café Murbeng coffee                  | 30%      | 70%          | 100%             |
| <b>Rata-rata</b>          |   | 35%      | 65%          | 100%             |

Sumber: Konsumen Café Murbeng

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pra survey di tabel loyalitas konsumen, cukup banyak hasil yang tidak setuju dengan kedua pernyataan tersebut yaitu responden berkunjung lebih dari dua kali dan membeli lagi produk di café murbeng, sehingga dapat diartikan konsumen Café Murbeng kurang terhadap loyalitas.

Hasil dari kuesioner pada tabel diatas dapat menunjukkan kualitas layanan dan harga yang ditetapkan di Café Murbeng sedang terdapat kesulitan. Cafe Murbeng dapat melakukan beberapa perubahan strategi, seperti menggunakan cara evaluasi mengenai harga yang diberikan oleh Café Murbeng apakah sesuai dengan target pasar yang ada serta dalam keberagaman produk yang diberikannya dapat menarik minat beli serta konsumen dapat memutuskan membeli produknya.

Berdasarkan hasil pemaparan dan fenomena yang telah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CAFÉ MURBENG BANDUNG.”**



## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi oleh pihak Café Murbeng adalah sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan omset Café Murbeng di Bandung
2. Ketatnya persaingan Cafe di Bandung
3. Harga di Café Murbeng tergolong mahal
4. Kualitas pelayan Café Murbeng yang belum memuaskan
5. Pembelian berulang masih tergolong rendah.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Melihat dari latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, peneliti membatasi masalah penelitian ini agar penelitian dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam, peneliti akan membatasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Variabel penelitian ini hanya meneliti tentang Kualitas Layanan, Harga dan Loyalitas Konsumen.
2. Unit Analisa penelitian ini adalah konsumen café Murbeng Bandung

## **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka peneliti akan mengkaji beberapa masalah dalam penelitian ini yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pendapat reponden sehubungan dengan Kualitas Layanan, Harga, dan Loyalitas Konsumen di Cafe Murbeng.

2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen Cafe Murbeng.
3. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen Cafe Murbeng.
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Cafe Murbeng secara Parsial dan Simultan.

## **1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **A. Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan data dan fenomena mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan Harga sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Pendidikan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

### **B. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis kualitas layanan, harga, dan loyalitas konsumen Cafe Murbeng.
2. Mengukur besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Cafe Murbeng.
3. Mengukur besarnya pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Cafe Murbeng.
4. Mengukur pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas konsumen pada Cafe Murbeng secara Parsial dan Simultan.

## **1.6 Kegunaan Penelitian**

### **A. Bagi Peneliti**

1. Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengalaman dan mengetahui khususnya mengenai Kualitas layanan, Harga dan Loyalitas Konsumen.
2. Sebagai alat untuk mengimplementasikan teori-teori yang didapat pada saat di perkuliahan.

### **B. Bagi Perusahaan**

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan agar mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadikan masukan dan evaluasi untuk manajemen Café Murbeng Bandung mengenai pengambilan keputusan dalam memperhatikan pelayanan dan harga dalam menjalankan suatu bisnis kuliner.

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

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan dampak yang berguna dalam ilmu pengetahuan terkhusus dalam bidang Manajemen Pemasaran.
2. Diharapkan dapat dijadikan sarana informasi bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian di bidang yang sama.

### 1.7 Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian yang dipergunakan untuk penulisan skripsi ini adalah di Café Murbeng Roastery Jl. Terusan Cibaduyut No. 283, Cibaduyut Kidul, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40238. Penelitian dilakukan dalam waktu 6 bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret hingga Agustus 2021.

**Tabel 1. 6**  
**Waktu Kegiatan Penelitian Skripsi**

| No | Kegiatan                    | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei     |   |   |   |
|----|-----------------------------|-------|---|---|---|-------|---|---|---|---------|---|---|---|
|    |                             | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Pemilihan Topik Penelitian  | ■     | ■ |   |   |       |   |   |   |         |   |   |   |
| 2  | Pemilihan Judul             |       | ■ |   |   |       |   |   |   |         |   |   |   |
| 3  | pengajuan Tempat Penelitian |       |   | ■ | ■ |       |   |   |   |         |   |   |   |
| 4  | Studi Literatur             |       |   |   |   | ■     | ■ |   |   |         |   |   |   |
| 5  | Pengajuan BAB 1 s.d 2       |       |   |   |   |       |   | ■ | ■ |         |   |   |   |
| 6  | Pembuatan Kuesioner         |       |   |   |   |       |   |   |   | ■       |   |   |   |
| 7  | Pengumpulan Data            |       |   |   |   |       |   |   |   |         | ■ | ■ |   |
| 8  | Pengolahan data             |       |   |   |   |       |   |   |   |         |   | ■ | ■ |
| No | Kegiatan                    | Juni  |   |   |   | Juli  |   |   |   | Agustus |   |   |   |
|    |                             | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 |
| 9  | Pengajuan BAB 3             | ■     | ■ | ■ |   |       |   |   |   |         |   |   |   |
| 10 | Sidang UP                   |       |   |   |   | ■     |   |   |   |         |   |   |   |
| 11 | Laporan Hasil Penelitian    |       |   |   |   |       |   |   | ■ | ■       | ■ |   |   |
| 12 | Pengajuan Hasil Penelitian  |       |   |   |   |       |   |   |   |         |   | ■ |   |
| 13 | Sidang Skripsi              |       |   |   |   |       |   |   |   |         |   |   | ■ |

Sumber: Data yang diolah (2022)