

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini *Coffee shop* mudah ditemukan di mana pun, mulai dari kota besar hingga kota-kota kecil. Pertumbuhan ini didorong oleh rasa ingin tahu masyarakat terhadap kopi terbaik, kedai kopi yang nyaman dan tren gaya hidup yang berubah. Studi yang dilakukan oleh tim *Snapcart* yang mengadakan riset untuk mengobservasi tren konsumsi kopi dari data sampel sebanyak 4.538 responden dari berbagai kalangan bisa disimpulkan bahwa di tahun 2023 masyarakat Indonesia 79% adalah peminum kopi dan kebanyakan di antara mereka minum kopi setiap hari.

Para pemilik *coffee shop* telah mulai menyadari betapa pentingnya untuk memberi konsumen mereka pengalaman yang menyenangkan. Ini termasuk pelayanan yang ramah serta suasana yang nyaman untuk bersantai dan bekerja. Sekarang ini menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman di *coffee shop* atau *café* sudah menjadi kebiasaan sehari-hari. Kebiasaan inilah yang mendorong banyak pengusaha untuk terjun ke bisnis *café* dan *coffee shop*. Bisnis *coffee shop* di Indonesia terus mengalami pertumbuhan namun tetap dengan standar dan pasar yang berbeda-beda. Meskipun bisnis *coffee shop* berkembang pesat, bisnis ini juga dihadapkan pada sejumlah tantangan salah satunya persaingan yang ketat antar *coffee shop*.

Menurut Fakhrunisa dalam (Valerina & Adysholihah, 2022:53) *coffee shop* merupakan suatu tempat yang menyediakan berbagai macam kopi dan minuman

lainnya dalam suasana santai termasuk menampilkan *live music*, desain interior yang unik dan pelayanan yang ramah. Saat ini *coffee shop* tidak hanya menjadi tempat menikmati kopi saja, namun juga menjadi tempat berfoto, bekerja, bertemu rekan lama, hingga menonton acara musik dan olahraga. Perkembangan bisnis *coffee shop* di Cimahi terus mengalami peningkatan, hal ini ditandai dengan banyaknya *coffee shop* yang bermunculan hampir di setiap jalan di Kota Cimahi salah satunya di daerah Cibeber Cimahi Tengah. Cibeber merupakan daerah di Cimahi Tengah yang mengalami perkembangan pesat dalam hal bisnis *coffee shop*. Berikut sebaran *coffee shop* atau café yang berada di daerah Cibeber Cimahi.



**Gambar 1.1**  
**Sebaran Coffee Shop di daerah Cibeber Cimahi**

*Sumber : google maps*

Salah satu permasalahan bagi pengusaha kedai kopi yaitu terdapat banyak pesaing di sekitarnya. Banyaknya *coffee shop* atau café di daerah Cibeber

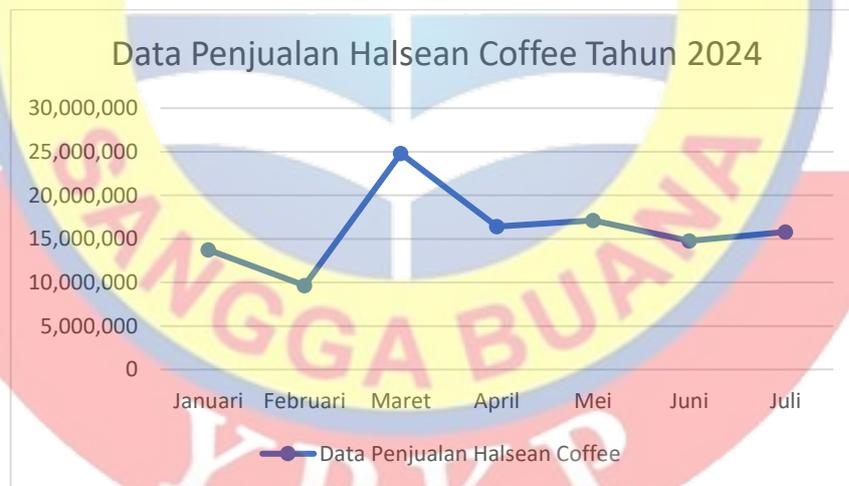
menjadi tantangan bagi para pengusaha *coffee shop* termasuk Halsean *Coffee* dalam menjalankan bisnis *coffee shop* di daerah ini. Maka dari itu, pengusaha *coffee shop* dituntut untuk memiliki pelayanan yang baik sehingga dapat bertahan dalam persaingan, hingga saat ini terdapat banyak *coffee shop* yang tidak melanjutkan usahanya, tetapi Halsean *Coffee* masih bertahan hingga sekarang meski banyak pesaing yang bermunculan daerah Cibeber Cimahi.

Halsean *Coffee* berada di daerah Cimahi Tengah tepatnya di Babakan Sari kelurahan Padasuka Kota Cimahi. Halsean *Coffee* memiliki konsep dimana pengunjung dapat melihat *view* persawahan dengan nuansa yang tenang dan nyaman. Berbagai macam makanan dan minuman kopi serta non kopi tersedia di Halsean *Coffee*. Di tengah ketatnya persaingan ini, para pengusaha *coffee shop* saling berlomba-lomba merebut hati konsumen. Para pengusaha *coffee shop* harus mampu mencapai salah satu tujuan perusahaan yaitu menciptakan loyalitas konsumen. Upaya mempertahankan konsumen menjadi tantangan pihak perusahaan karena konsumen saat ini semakin cerdas dalam memilih *coffee shop* yang sesuai ekspetasinya. Tentunya ini bukanlah suatu hal yang mudah, Halsean *Coffee* sering mengalami penurunan penjualan dalam menjalankan bisnisnya. Berikut data yang diberikan oleh pemilik Halsean *Coffee* mengenai data penjualan pada bulan Januari – Juni 2024 dibawah ini :

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Halsean Coffee Periode Januari – Juli 2024**

Bulan	Total Penjualan	Kenaikan/Penurunan
Januari	Rp. 13.744.000	
Februari	Rp. 9.656.000	- 4.088.000
Maret	Rp. 24.803.000	15.147.000
April	Rp. 16.424.000	- 8.379.000
Mei	Rp. 17.107.000	638.000
Juni	Rp. 14.754.000	- 2.353.000
Juli	Rp. 15.787.000	1.033.000
<b>Rata-Rata</b>	<b>Rp 15.787.000</b>	<b>1.033.000</b>

*Sumber : Data Halsean Coffee and Eatery Cimahi*



**Gambar 1.2**

**Grafik Data Penjualan Halsean Coffee Januari - Juli 2024**

*Sumber : Data Halsean Coffee and Eatery Cimahi*

Berdasarkan Gambar 1.2 diatas menunjukkan fluktuasi yang signifikan dengan beberapa penurunan besar yang terlihat. Terutama dari bulan Maret ke

bulan April. Penurunan jumlah penjualan yang ada di Halsean *Coffee* dapat menjadi indikasi menurunnya tingkat loyalitas konsumen. Faktor yang diduga mempengaruhi turunnya tingkat loyalitas konsumen yaitu kualitas pelayanan yang kurang baik dan lokasi yang tidak strategis. Setelah melakukan observasi awal masih ada konsumen yang mengeluh mengenai staff Halsean *Coffee* kurang cepat dalam menanggapi konsumen dan proses pembuatan pesanan memakan waktu cukup yang lama juga menjadi permasalahan pada Halsean *Coffee*. Selain itu fasilitas Halsean *Coffee* juga kurang lengkap seperti toilet yang disediakan hanya satu yang membuat konsumen harus menunggu dan bergantian ketika ingin pergi ke toilet. Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada penurunan tingkat loyalitas konsumen. Perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang baik akan dapat meningkatkan penjualan dan tingkat loyalitas konsumen perusahaan tersebut.

Selain harus memperhatikan kualitas pelayanan, memilih lokasi perusahaan juga harus menjadi pertimbangan bagi pengusaha *coffee shop* karena akan berdampak pada kelangsungan bisnis tersebut. Lokasi Halsean *Coffee* yang belum strategis juga menjadi permasalahan yang berpengaruh pada tingkat loyalitas konsumen. Adanya keluhan mengenai lokasi Halsean *Coffee* dapat diketahui dari ulasan *google maps* dan *instagram* Halsean *Coffee*.



**Gambar 1.3**

### Ulasan Konsumen Mengenai Lokasi Halsean Coffee

*Sumber data : instagram, google maps*

Melihat ulasan yang diperoleh bahwa masih ada konsumen yang mengeluh mengenai lokasi yang sulit ditemukan dan akses yang sulit dijangkau. Lokasi *Halsean Coffee* terbilang kurang strategis karena konsumen yang datang harus melewati gang padat penduduk, akses jalan yang sempit dan ketika malam hari akses jalan tersebut gelap. Seringkali konsumen baru kebingungan saat akan datang ke *Halsean Coffee* karena tidak adanya petunjuk jalan yang disediakan. Hal ini jelas sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, maka dari itu *Halsean Coffee* perlu memperhatikan loyalitas konsumennya agar konsumen tersebut tertarik untuk datang kembali ke *Halsean Coffee*.

Loyalitas konsumen sangat penting bagi perkembangan perusahaan, sehingga upaya yang dilakukan untuk membangun loyalitas perlu menjadi perhatian serius bagi perusahaan. Menurut Oliver dalam (Darmawan, 2020:7) loyalitas adalah komitmen konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk secara konsisten dan berulang. Apabila *coffee shop* mempunyai konsumen yang loyal maka konsumen tersebut tidak hanya menggunakan atau

membeli produk secara terus menerus, tetapi konsumen yang loyal dengan sendirinya akan merekomendasikan dan bercerita kepada orang lain. Konsumen yang loyal cenderung tidak akan menggunakan produk merek pesaing. Apabila seorang konsumen berkomitmen untuk menggunakan atau membeli produk tersebut secara berulang, konsumen tersebut dapat dianggap sebagai konsumen yang loyal. Konsumen yang loyal akan melakukan pembelian secara rutin dan menceritakan hal-hal yang positif kepada orang lain (Hermanto et al., 2019:2). Cara mempertahankan konsumen agar tetap loyal yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut Fandy Tjiptono dalam (Gumilang, 2021:20) kualitas pelayanan adalah seberapa bagus tingkat pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi konsumen. kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tindakan seseorang yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas pelayanan sangat penting untuk mempertahankan konsumen yang lama. Karena apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan suatu perusahaan maka konsumen tersebut akan datang kembali dan melakukan pembelian berulang. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan perusahaan belum sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen tersebut akan berpindah ke perusahaan pesaing yang memberikan pelayanan lebih baik.

Menurut Lupiyoadi dalam (Pratama & Yulianthini, 2022:3) lokasi adalah tempat dimana perusahaan melakukan operasi. Hal yang harus dipertimbangkan dalam menentukan lokasi diantaranya akses yang mudah dijangkau menuju tempat usaha baik menggunakan kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum,

lalu lintas yang dilalui menuju tempat usaha, serta lingkungan di sekitar yang mendukung dan memudahkan konsumen dalam menggunakan dan membeli produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Lokasi tidak hanya dilihat dari letak yang strategis, namun juga ketersediaan lahan parkir. Lahan parkir yang cukup luas dapat memudahkan konsumen untuk memarkirkan kendaraannya. Oleh karena itu lokasi perusahaan harus diperhatikan oleh Halsean *Coffee* agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Berdasarkan pada permasalahan loyalitas konsumen, kualitas pelayanan dan lokasi Halsean *Coffee* peneliti melakukan pra survei untuk memperkuat adanya masalah tersebut. Berikut hasil pra survei yang dilakukan peneliti pada 30 orang konsumen Halsean *Coffee*.

**Tabel 1.2**  
**Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Loyalitas Konsumen**

No	Pernyataan	Tanggapan			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Halsean <i>Coffee</i> berhasil menjadikan konsumennya untuk selalu berkunjung kembali	14	47%	16	53%
2	Halsean <i>Coffee</i> berhasil membuat konsumennya dapat merekomendasikan Halsean <i>Coffee</i> kepada pihak lain	13	43%	17	57%
3	Halsean <i>Coffee</i> dijadikan tempat utama yang didatangi jika ingin membeli kopi	12	40%	18	60%
Rata-rata		43,3%		56,7%	

Sumber : Data primer, diolah peneliti (2024)

Dilihat dari hasil pra survei pada tabel 1.2 yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden mengenai loyalitas konsumen menunjukkan rata-rata

menjawab tidak sebesar 56,7%. Hal ini terjadi karena Halsean *Coffee* masih belum berhasil menjadikan konsumennya untuk selalu berkunjung kembali, merekomendasikan kepada pihak lain, dan belum berhasil menjadikan konsumennya menjadikan Halsean *Coffee* menjadi tempat utama. Berikut hasil pra survei mengenai kualitas pelayanan Halsean *Coffee* Cimahi.

**Tabel 1.3**  
**Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	Tanggapan			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Halsean <i>Coffee</i> memiliki peralatan yang lengkap	13	43%	17	57%
2	Staff Halsean <i>Coffee</i> selalu memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen	15	50%	15	50%
3	Staff Halsean <i>Coffee</i> cepat dalam menanggapi konsumen	14	47%	16	53%
4	Halsean <i>Coffee</i> memberikan jaminan keamanan dalam setiap transaksi yang saya lakukan	12	40%	18	60%
5	Staff Halsean <i>Coffee</i> peduli ketika konsumen membutuhkan bantuan	15	50%	15	50%
Rata-rata		46%		54%	

Sumber : Data primer, diolah peneliti (2024)

Dilihat hasil pra survei pada tabel 1.3 yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden mengenai kualitas pelayanan menunjukkan rata-rata menjawab tidak sebesar 54%. Hal ini terjadi karena pelayanan yang diberikan Halsean *Coffee* masih kurang memuaskan dan belum sesuai dengan harapan konsumen, peralatan Halsean *Coffee* yang belum lengkap, staff Halsean *Coffee* belum memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen, Halsean *Coffee* masih

belum memberikan jaminan keamanan dalam setiap transaksi dan masih kurang peduli ketika konsumen membutuhkan bantuan. Berikut hasil pra survei mengenai lokasi Halsean *Coffee* Cimahi.

**Tabel 1.4**  
**Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Lokasi**

No	Pernyataan	Tanggapan			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Lokasi Halsean <i>Coffe</i> sangat strategis sehingga mudah ditemukan	12	40%	18	60%
2	Lokasi Halsean <i>Coffee</i> mudah dijangkau dengan transportasi umum	14	47%	16	53%
3	Halsean <i>Coffee</i> memiliki fasilitas parkir yang luas dan aman	13	43%	17	57%
Rata-rata		43,3%		56,7%	

Sumber : Data primer, diolah peneliti (2024)

Dilihat hasil pra survei pada tabel 1.4 yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden mengenai lokasi menunjukkan rata-rata menjawab tidak sebesar 56,7%. Hal ini terjadi karena lokasi dari Halsean *Coffee* belum strategis, sulit dijangkau oleh transportasi umum, dan area parkir Halsean *Coffee* belum sesuai dengan harapan konsumen.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu (Pratama & Yulianthini, 2022) dan (Naufal Nur Hilmi, 2020) menunjukkan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan dalam penelitian (Putri et al., 2021) menunjukkan kualitas pelayanan dan lokasi tidak

berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Inkonsistensi dari hasil penelitian diatas, merupakan celah penelitian yang membuka peluang peneliti untuk meneliti lebih lanjut tentang pengaruh kedua variabel tersebut.

Berdasarkan latar belakang, hasil pra survei dan penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ulang dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA HALSEAN COFFEE AND EATERY CIMAHİ”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Ketatnya persaingan *coffee shop* di daerah Cibeber, ditandai dengan banyaknya *coffee shop* di daerah Cibeber Cimahi.
2. Staff Halsean *Coffee* belum memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen.
3. Akses jalan menuju Halsean *Coffee* sulit dijangkau dan lahan parkir Halsean *Coffee* yang kurang luas.
4. Tingkat loyalitas konsumen Halsean *Coffee* Cimahi yang mengalami penurunan karena pelayanan yang kurang baik.
5. Terjadi fluktuasi pada penjualan Halsean *Coffee* dengan beberapa penurunan signifikan terlihat.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah penelitian agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus, peneliti membatasi masalah penelitian pada :

1. Objek Penelitian

Halsean *Coffee* menjadi objek kajian penelitian ini, yang kemudian diwujudkan dalam judul skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen pada Halsean *Coffee* Cimahi”

2. Subjek Penelitian

Subjek yang diteliti pada penelitian ini yaitu konsumen Halsean *Coffee* Cimahi

3. Lokus Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini hanya pada kualitas pelayanan, lokasi dan loyalitas konsumen serta lokasi penelitian ini dilakukan di Halsean *Coffee* Kota Cimahi pada tahun 2024.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Loyalitas Konsumen Halsean *Coffee*.
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Halsean *Coffee*.

3. Seberapa besar pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen Halsean *Coffee*.
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen Halsean *Coffee*.
5. Apa prioritas peningkatan kualitas pelayanan pada Halsean *Coffee* Cimahi.

## **1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.5.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan pengaruh Kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen Halsean *Coffee* Cimahi, yang hasilnya dituangkan dalam bentuk skripsi yang merupakan salah satu syarat kelulusan dalam mencapai gelar sarjana program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

### **1.5.2 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui, menggambarkan dan menganalisis Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Loyalitas Konsumen Halsean *Coffee* Cimahi.
2. Mengukur pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Halsean *Coffee* Cimahi.
3. Mengukur pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen Halsean *Coffee* Cimahi.

4. Mengukur pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen Halsean *Coffee* Cimahi.
5. Mengukur prioritas peningkatan Kualitas Pelayanan pada Halsean *Coffee* Cimahi.

## **1.6 Kegunaan Penelitian**

### **1.6.1 Kegunaan Teoritis**

#### **A. Bagi Penulis**

Dengan melakukan penelitian ini, penulis mendapatkan wawasan dan pengetahuan yang lebih mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen.

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

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan atau pebisnis agar mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen. Sehingga pihak perusahaan atau pengusaha dapat mempertimbangkan hasil penelitian ini untuk menetapkan strategi pemasaran yang akan datang agar pelanggan tetap loyal.

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

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

## 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan dengan objek observasi pada konsumen di Halsean Coffee Jl. Babakan Sari kelurahan No.Rt 009/009, Padasuka, Kec. Cimahi Tengah, Cimahi tengah, Jawa Barat 40512.

### 1.7.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini sejak bulan Maret 2024 sampai dengan Februari 2025.

**Tabel 1.5**  
**Waktu Penelitian**

No.	Kegiatan Penelitian	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Pengajuan Judul												
2	Perizinan Penelitian												
3	Pengerjaan Bab 1												
4	Pengerjaan Bab 2												
5	Pengerjaan Bab 3												
6	Sidang UP												
7	Penyebaran Kuisisioner												
8	Analisis dan Pengolahan Data Bab 4												
9	Pengerjaan Bab 5												
10	Sidang Akhir												

Sumber : Data diolah peneliti 2024