

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

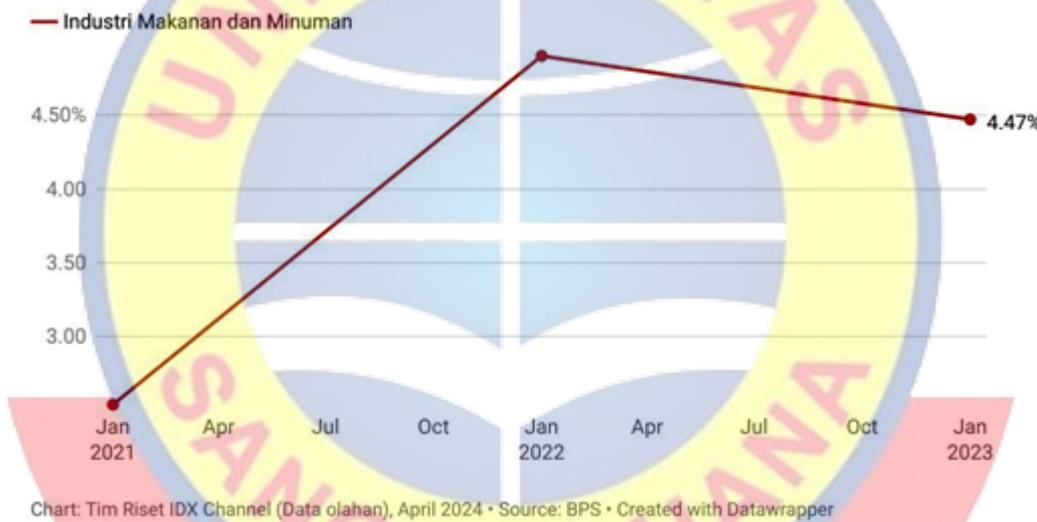
Tren industri cafe dan persaingan bisnis F&B di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan signifikan, terutama karena peningkatan kelas menengah yang memiliki daya beli tinggi. Pada tahun 2024, sektor F&B diperkirakan akan terus tumbuh hingga 7%, didukung oleh populasi kelas menengah yang menyumbang hampir setengah konsumsi rumah tangga nasional, terutama dalam kategori makanan dan minuman. Hal ini memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis cafe untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing, terutama dengan memperkenalkan inovasi produk dan pengalaman kuliner baru (GoodStats, 2024).



Gambar 1.1 Kuliner Terbaik di ASEAN

Sumber: goodstats

Pada 2022, PDB industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,90 persen dengan kontribusi sebesar 38,35 persen. Industri mamin di Indonesia juga mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54 persen menjadi Rp775,1 triliun. Namun, bukan berarti industri ini bebas dari tantangan bisnis. Melansir laman Sekretariat Negara, ditinjau dari sisi lapangan usaha, beberapa sektor ekonomi utama mencatat perlambatan pertumbuhan pada 2023, di antaranya sektor makanan dan minuman alias food and beverage (F&B) (Ulfa, 2024).



Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman RI 2021-2023

Sumber: idxchannel

Konsumen semakin tertarik pada konsep makanan sehat, keberlanjutan, dan pengalaman imersif dalam cafe. Tren seperti *zero-waste cooking* dan penggunaan bahan lokal menunjukkan bahwa konsumen semakin peduli pada aspek lingkungan, sementara pengaplikasian teknologi dalam layanan pelanggan, seperti chatbot berbasis AI, juga menjadi andalan untuk memberikan pengalaman personal kepada konsumen (Marketeers, 2024). Inovasi ini memungkinkan cafe dan restoran di

Indonesia untuk beradaptasi dan menarik minat pelanggan yang lebih luas dalam lingkungan persaingan yang kian dinamis (GapMaps, 2023).

Cafe Senja merupakan salah satu usaha cafe di kawasan Jatihandap yang cukup prospektif, karena memiliki atmosfer kawasan yang bagus, lingkungan yang masih indah, asri dan ditunjang oleh harga yang kompetitif, variasi menu dan kualitas pelayanan yang baik. Ini menjadi daya tarik yang kuat bagi para pengunjung baik yang berasal dari lingkungan sekitar maupun dari luar daerah.

Cafe Senja Tarikolot menyajikan cita rasa yang konsisten serta pemandangan yang indah, sehingga pelanggan merasa puas terhadap penyajian menu dan pemandangan yang ada di Cafe tersebut. Disisi lain pelayanan yang ditawarkan kurang memuaskan, dikarenakan ada beberapa faktor salah satunya keterbatasan karyawan dalam menyajikan makanan, ada yang cepat akan tetapi makanan itu tidak hangat atau makanan yang paketan sehingga konsumen harus menunggu lama. Ketidakpuasan muncul karena pengharapan konsumen tidak sama dengan kinerja yang diterima konsumen dari Cafe tersebut. Dan dari hasil observasi awal menunjukkan sebagian besar konsumen menyatakan bahwa produk makanan yang disajikan Cafe Senja Tarikolot dinilai cukup memuaskan karena memiliki cita rasa tersendiri dan pemandangan yang indah sehingga membuat konsumen merasa ingin kembali, dari sisi pelayanan konsumen merasa kurang puas, karena harus menunggu lama. Beberapa penelitian yang sudah dilakukan, menunjukkan bahwa strategi promosi mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Hendrawati dan Nugroho (2020) mengidentifikasi bahwa kepercayaan pelanggan menjadi faktor yang memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas. Ketika pelanggan percaya bahwa layanan yang mereka terima konsisten dan sesuai ekspektasi, mereka cenderung lebih loyal. Namun, di Cafe Senja, promosi yang kurang menarik serta ketidakpuasan terhadap kebersihan atau kenyamanan tempat dapat meningkatkan persepsi risiko dan menurunkan kepercayaan pelanggan, sehingga menghambat loyalitas mereka. Hal ini sejalan dengan temuan Shrestha dan Yadav (2021), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang buruk tidak hanya menurunkan kepuasan, tetapi juga mengurangi kecenderungan pelanggan untuk merekomendasikan bisnis kepada orang lain.

Untuk mengatasi permasalahan ini, Cafe Senja dapat fokus pada strategi perbaikan kualitas layanan, seperti memastikan keandalan dan empati dalam melayani pelanggan, meningkatkan kenyamanan fasilitas, serta memperkuat strategi promosi yang relevan dan menarik. Dengan demikian, pengalaman pelanggan akan lebih positif, kepercayaan mereka terhadap layanan meningkat, dan loyalitas pelanggan dapat tercipta secara berkelanjutan. Kedua penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan dan promosi memiliki peran penting dalam membangun kepuasan dan dapat memengaruhi loyalitas pelanggan.

Selain itu, pendapatan merupakan salah satu parameter utama dalam menilai performa bisnis dan keberhasilan strategi yang dijalankan oleh Cafe Senja Tarikolot. Melalui analisis pendapatan, manajemen dapat memahami sejauh mana strategi promosi, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan telah berkontribusi terhadap profitabilitas cafe.

Pendapatan yang fluktuatif atau cenderung menurun dapat menjadi indikasi adanya tantangan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, sehingga diperlukan evaluasi lebih lanjut terkait efektivitas promosi dan kualitas layanan yang diberikan. Laporan ini mencakup data pendapatan bulanan dari tahun 2023 hingga Oktober 2024, memberikan gambaran tentang tren finansial di Cafe Senja Tarikolot. Informasi ini diharapkan menjadi dasar bagi manajemen dalam menentukan langkah-langkah strategis untuk menjaga stabilitas pendapatan dan meningkatkan pertumbuhan di masa mendatang.

Tabel 1.1 Pendapatan Cafe Senja Tarikolot tahun 2023-2024

Bulan	Tahun 2023	Naik/Turun	Tahun 2024	Naik/Turun
Januari	72.425.000	Turun	68.250.000	Turun
Februari	71.300.000		67.375.000	
Maret	79.850.000	Naik	70.750.000	Turun
April	81.245.000		69.700.000	
Mei	80.675.000	Turun	74.250.000	Turun
Juni	78.425.000		71.950.000	
Juli	79.250.000	Turun	71.550.000	Turun
Agustus	78.525.000		70.775.000	
September	77.680.000	Naik	70.750.000	Naik
Oktober	80.250.000		71.500.000	

Sumber: Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel perbandingan biaya tahun 2023 dan 2024, terlihat penurunan biaya yang terjadi hampir di seluruh bulan. Pada tahun 2023, biaya

bulanan berkisar antara Rp71.300.000 hingga Rp81.245.000, sedangkan pada tahun 2024 turun menjadi Rp67.375.000 hingga Rp74.250.000 (hingga Oktober). Penurunan terbesar terjadi pada April dengan selisih Rp11.545.000, sedangkan penurunan terkecil terjadi pada Mei dengan selisih Rp6.425.000. Secara keseluruhan, biaya bulanan menunjukkan tren penurunan yang konsisten, mencerminkan pengelolaan anggaran yang lebih efisien pada tahun 2024. Namun, pada bulan September tercatat kenaikan dibanding bulan sebelumnya, meskipun nilainya relatif kecil.

Faktor yang menjadi penyebab penurunan ini mencakup strategi promosi, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan. Salah satu temuan dari pra-survei adalah bahwa mayoritas pelanggan merasa promosi yang dilakukan Cafe Senja Tarikolot kurang menarik dan jarang dilakukan. Promosi yang tidak rutin dan kurang menarik dapat mengurangi ketertarikan pelanggan untuk datang kembali atau merekomendasikan Cafe Senja kepada orang lain. Meskipun beberapa pelanggan mungkin mengunjungi cafe berdasarkan promosi, efektivitas promosi yang rendah pada akhirnya berpengaruh negatif terhadap omset. Untuk mengatasi masalah ini, Cafe Senja dapat meningkatkan strategi promosi dengan lebih sering mengadakan penawaran khusus atau memperkenalkan program loyalitas, sehingga pelanggan lebih terdorong untuk melakukan kunjungan ulang.

Sejumlah besar pelanggan merasa bahwa kualitas pelayanan di Cafe Senja Tarikolot perlu ditingkatkan, terutama terkait kecepatan layanan dan keramahan staf. Kualitas pelayanan yang tidak konsisten atau lambat dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan berdampak pada jumlah kunjungan ulang. Pelayanan

yang responsif dan ramah adalah kunci dalam memberikan pengalaman positif bagi pelanggan, yang dapat membangun loyalitas mereka terhadap cafe. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, Cafe Senja berpotensi menurunkan tingkat penurunan omset yang terjadi secara bertahap.

Rendahnya Loyalitas pelanggan di Cafe Senja Tarikolot seperti yang tercermin dalam data pra-survei yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan tidak sering merekomendasikan cafe ini atau menganggapnya sebagai pilihan utama mereka. Tingkat loyalitas yang rendah berkontribusi pada menurunnya omset, karena pelanggan yang loyal cenderung memberikan kontribusi pada pendapatan secara lebih konsisten. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Cafe Senja dapat mempertimbangkan program penghargaan atau insentif bagi pelanggan setia, serta memberikan pengalaman yang lebih memuaskan dalam hal pelayanan dan kualitas produk.

Penurunan omset yang berkelanjutan ini menunjukkan bahwa diperlukan upaya strategis dari Cafe Senja Tarikolot untuk meningkatkan daya tarik promosi, memperbaiki kualitas pelayanan, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Dengan penanganan yang tepat, Cafe Senja diharapkan dapat meningkatkan kembali omset serta membangun basis pelanggan yang lebih setia dan puas di masa mendatang.

Loyalitas pelanggan merupakan konsep yang sangat penting dalam dunia bisnis, terutama di sektor cafe. Menurut Assaker et al. (2023), loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai kesediaan pelanggan untuk melakukan pembelian berulang serta merekomendasikan suatu merek atau kafe kepada orang lain. Loyalitas ini sering diukur dengan indikator seperti frekuensi pembelian, rekomendasi dari mulut

ke mulut, dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima (Assaker et al., 2023). Dalam industri cafe, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas termasuk pengalaman pelanggan yang menyenangkan, kualitas produk, serta interaksi positif dengan staf (Rivera et al., 2023). Menjaga loyalitas pelanggan menjadi sangat penting, karena pelanggan yang loyal tidak hanya memberikan pendapatan yang stabil, tetapi juga berperan dalam membangun reputasi positif bagi cafe melalui rekomendasi mereka.

Loyalitas pelanggan memiliki peranan penting dalam bisnis cafe karena pelanggan yang loyal tidak hanya mengunjungi kembali tetapi juga menjadi promotor alami yang membantu meningkatkan citra dan daya tarik cafe secara organik. Membangun loyalitas pelanggan berbiaya jauh lebih rendah daripada mencari pelanggan baru. Mempertahankan pelanggan bisa menghemat biaya pemasaran hingga lima kali lipat dibandingkan dengan akuisisi pelanggan baru (Doxee, 2023). Selain itu, pelanggan yang loyal cenderung meningkatkan keuntungan cafe melalui pembelian berulang dan peningkatan nilai transaksi rata-rata.

Menurut penelitian terbaru, pelanggan yang loyal cenderung mengeluarkan lebih banyak uang dan lebih sering melakukan pembelian ulang dibandingkan dengan pelanggan baru. Hal ini disebabkan oleh ikatan emosional yang terbentuk antara pelanggan dan merek, serta kepercayaan yang meningkat terhadap kualitas produk dan layanan yang ditawarkan (Reeves, 2023). Selain itu, strategi yang efektif untuk membangun loyalitas pelanggan, seperti program loyalti dan

pengembangan pengalaman pelanggan yang positif, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Annex Cloud, 2023).

Peneliti melakukan pra survei kepada 25 orang responden untuk mendukung Loyalitas Pelanggan di Cafe Senja Tarikolot dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Loyalitas Pelanggan di Cafe Senja Tarikolot

No	Pernyataan	Iya		Tidak	
		(F)	(%)	(F)	(%)
1	Pelanggan sering merekomendasikan Cafe Senja kepada teman atau keluarga.	11	36%	14	64%
2	Pelanggan berencana untuk kembali mengunjungi Cafe Senja dalam waktu dekat.	12	38%	13	62%
3	Cafe Senja menjadi salah satu pilihan utama pelanggan untuk tempat bersantai.	9	35%	16	65%
Total rata-rata			36.3%		63.7%

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Dari data pra survei, terlihat bahwa sebagian besar responden menunjukkan loyalitas yang relatif rendah. Untuk pernyataan pertama, yaitu mengenai apakah pelanggan sering merekomendasikan Cafe Senja kepada teman atau keluarga, hanya 36% responden yang menjawab Iya, sementara 64% menjawab Tidak. Pada pernyataan kedua, tentang apakah pelanggan berencana untuk kembali mengunjungi cafe dalam waktu dekat, 38% responden menjawab Iya, sementara 62% memilih Tidak. Terakhir, untuk pernyataan ketiga, yang menanyakan apakah Cafe Senja menjadi pilihan utama bagi pelanggan untuk tempat bersantai, hanya 35% yang menjawab Iya, sementara 65% tidak menjadikannya pilihan utama.

Secara keseluruhan, 36.3% responden menunjukkan loyalitas yang baik terhadap Cafe Senja, namun 63.7% responden mengindikasikan bahwa ada banyak aspek yang perlu diperbaiki. Hal ini mencakup peningkatan kualitas layanan,

promosi yang lebih menarik, serta faktor kenyamanan dan kebersihan agar dapat meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan dan menarik lebih banyak pengunjung yang setia.

Strategi promosi merupakan bagian penting dalam kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen serta mendorong peningkatan penjualan. Seperti disampaikan oleh Ayenew (2023), strategi ini dapat melibatkan berbagai pendekatan, termasuk periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, hingga hubungan masyarakat, yang dirancang untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggannya. Penerapan strategi promosi yang efektif tidak hanya meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga mendorong loyalitas pelanggan serta mendukung pencapaian kinerja bisnis.

Dalam industri café yang sangat kompetitif, penerapan strategi promosi yang tepat berperan besar dalam menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Pendekatan *experiential marketing*, misalnya melalui penyelenggaraan acara spesial seperti konser musik atau pelatihan kuliner, mampu menghadirkan pengalaman yang mendalam bagi konsumen serta mendorong keinginan mereka untuk melakukan kunjungan ulang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Salomão dan Santos (2022) memperlihatkan bahwa penerapan *experiential marketing* memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan niat konsumen untuk kembali, baik pada jaringan restoran cepat saji berskala besar maupun yang berskala kecil. Selain itu, program loyalitas yang menawarkan insentif bagi pelanggan setia juga terbukti dapat mempererat hubungan antara café dengan pelanggannya (Mandala System, 2024).

Penelitian terdahulu turut memperkuat temuan ini. Wibowo (2021) menemukan bahwa strategi promosi yang kreatif dan sesuai dengan preferensi pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan minat beli di sektor makanan dan minuman. Sementara itu, penelitian oleh Sari dan Nugroho (2022) menunjukkan bahwa kombinasi antara program loyalitas dan promosi berkala dapat meningkatkan tingkat retensi pelanggan café hingga 35% di wilayah perkotaan.

Dengan demikian, pemanfaatan strategi promosi yang inovatif dan relevan menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing café di pasar yang semakin kompetitif. Peneliti melakukan pra survei kepada 25 orang responden untuk mendukung data Strategi Promosi di Cafe Senja Tarikolot dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3 Hasil Pra Survei Strategi Promosi di Cafe Senja Tarikolot

No	Pernyataan	Iya		Tidak	
		(F)	(%)	(F)	(%)
1	Promosi dari Cafe Senja Tarikolot sudah cukup sering dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	11	44%	14	56%
2	Penawaran promosi yang diberikan oleh Cafe Senja Tarikolot menarik dan membuat lebih ingin berkunjung kembali.	7	28%	18	72%
3	Cafe Senja Tarikolot memberikan nilai lebih yang membuat pengalaman lebih memuaskan dengan Promosi.	9	36%	16	64%
Total rata-rata		36%		64%	

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra survei, mayoritas responden memiliki pandangan yang kurang positif terhadap promosi yang dilakukan oleh Cafe Senja Tarikolot. Sebanyak 56% responden menyatakan bahwa promosi dari Cafe Senja tidak cukup sering atau sesuai dengan kebutuhan mereka, sementara hanya 44% yang merasa

promosi tersebut sudah memadai. Terkait daya tarik promosi, sebanyak 72% responden tidak merasa promosi yang diberikan cukup menarik untuk mendorong kunjungan ulang, sedangkan hanya 28% yang menyatakan sebaliknya.

Lebih lanjut, ketika ditanya apakah promosi memberikan nilai lebih yang meningkatkan kepuasan pengalaman mereka, 64% responden menyatakan tidak setuju, sementara hanya 36% merasa promosi tersebut memberikan nilai tambah. Secara keseluruhan, hasil pra survei ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa kurang puas dengan frekuensi, daya tarik, dan nilai dari promosi yang dilakukan oleh Cafe SenjaTarikolot.

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam pengelolaan bisnis yang secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berbagai dimensi kualitas layanan seperti aspek fisik (*tangibles*), keandalan, ketanggapan, jaminan (*assurance*), serta empati terbukti berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Studi yang dilakukan oleh Cui (2025) menunjukkan bahwa seluruh dimensi tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dengan faktor keandalan menempati posisi paling dominan. Penelitian tersebut juga mengungkap bahwa niat membeli ulang berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ahmad et al. (2024) di sektor restoran, yang menegaskan bahwa keseluruhan dimensi kualitas layanan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Tingkat kualitas pelayanan yang tinggi tidak hanya berdampak pada peningkatan kepuasan

pelanggan, tetapi juga memperkuat keunggulan kompetitif dan citra positif suatu merek di tengah persaingan pasar.

Dalam konteks bisnis café, kualitas pelayanan yang baik terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman pelanggan. Yum dan Yoo (2023) mengemukakan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, di mana kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi. Penelitian lain oleh Rane et al. (2023) dan Yum & Yoo (2023) menegaskan bahwa dimensi-dimensi pelayanan seperti keandalan, responsivitas, serta empati sangat menentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan mendorong terciptanya loyalitas terhadap merek.

Sejalan dengan temuan tersebut, beberapa penelitian terdahulu juga mendukung pentingnya peran kualitas pelayanan. Penelitian oleh Rahmawati (2020) menunjukkan bahwa persepsi positif pelanggan terhadap kualitas layanan secara signifikan meningkatkan tingkat kepuasan yang kemudian mendorong loyalitas pelanggan pada industri café di Yogyakarta. Hasil serupa ditemukan dalam studi oleh Pratama & Wijaya (2021), yang mengungkapkan bahwa dimensi keandalan dan empati dalam pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan pada café-café di Jakarta.

Dengan demikian, pengelolaan kualitas pelayanan yang optimal menjadi kunci bagi café untuk membangun pengalaman pelanggan yang positif dan mendorong loyalitas jangka panjang. Peneliti melakukan pra survei kepada 25 orang responden untuk mendukung data Kualitas Pelayanan di Cafe Senja Tarikolot dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.4 Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan di Cafe Senja Tarikolot

No	Pernyataan	Iya		Tidak	
		(F)	(%)	(F)	(%)
1	Kecepatan layanan di Cafe Senja sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.	8	30%	17	70%
2	Sikap dan keramahan staf di Cafe Senja sudah cukup baik dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.	9	35%	16	65%
3	Kebersihan dan kenyamanan tempat di Cafe Senja membuat pelanggan merasa betah dan nyaman selama berkunjung.	7	28%	18	72%
Total rata-rata		31%		69%	

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra survei, sebagian besar responden merasa bahwa kualitas pelayanan di Cafe Senja Tarikolot masih perlu ditingkatkan. Sebanyak 70% responden menyatakan bahwa kecepatan layanan belum memenuhi ekspektasi mereka, dengan hanya 30% yang merasa waktu penyajian sudah memadai. Selain itu, 65% responden merasa bahwa sikap dan keramahan staf masih kurang responsif terhadap kebutuhan pelanggan, sementara 35% merasa puas dengan sikap staf yang ada.

Terkait kebersihan dan kenyamanan tempat, 72% responden merasa aspek ini perlu perbaikan lebih lanjut, dengan hanya 28% yang merasa tempat sudah cukup nyaman dan bersih. Secara keseluruhan, 69% responden menyatakan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan secara umum, sementara hanya 31% yang merasa puas. Hasil ini menunjukkan adanya kebutuhan bagi Cafe Senja untuk meningkatkan kecepatan layanan, responsivitas staf, dan kenyamanan fasilitas guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Masih terbatasnya studi yang secara spesifik mengkaji pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di cafe lokal, terutama

di daerah tertentu seperti Cafe Senja Tarikolot. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada industri besar atau konteks yang berbeda, sehingga tidak menggambarkan dinamika unik yang terjadi dalam bisnis cafe lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di lingkungan tersebut. Dengan memberikan pengalaman yang memuaskan, cafe tidak hanya memenuhi harapan pelanggan tetapi juga mendorong mereka untuk kembali dan merekomendasikan cafe tersebut kepada orang lain. Hal ini menjelaskan mengapa banyak bisnis berinvestasi dalam pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan layanan mereka, karena dampak dari pelayanan yang baik dapat menghasilkan peningkatan pendapatan dan keberhasilan jangka panjang bagi bisnis (Rane et al., 2023; Singh et al., 2023).

Selain itu, kurangnya pemahaman mengenai pengaruh langsung antara Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Senja Tarikolot, khususnya dalam lingkup cafe lokal di lingkungan sekitar. Studi-studi sebelumnya umumnya membahas pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara terpisah tanpa menghubungkan ketiga variabel ini untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh sinergis antara strategi promosi, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan terhadap stabilitas pendapatan di Cafe Senja Tarikolot. Selain itu, belum ada penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi efek dari keterbatasan promosi pada platform tertentu serta inkonsistensi kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali atau merekomendasikan tempat usaha tersebut.

Dengan fenomena yang telah dijelaskan di atas, penulis memutuskan untuk memilih judul penelitian **“Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas di Cafe Senja Tarikolot”** guna memahami lebih dalam tentang dampak strategi promosi, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan terhadap pendapatan Cafe Senja Tarikolot.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi yaitu:

1. Strategi promosi di Cafe Senja Tarikolot belum efektif, terlihat dari 72% responden yang menyatakan promosi tidak cukup menarik untuk mendorong kunjungan ulang, dan 64% responden merasa promosi tidak memberikan nilai tambah terhadap pengalaman mereka.
2. Kualitas pelayanan di Cafe Senja Tarikolot masih perlu ditingkatkan, mengingat 70% responden menilai waktu penyajian belum memenuhi ekspektasi, 65% menganggap responsivitas staf kurang baik, dan 72% merasa aspek kebersihan serta kenyamanan tempat masih perlu diperbaiki.
3. Loyalitas pelanggan Cafe Senja Tarikolot rendah, ditunjukkan oleh hanya 36% responden yang merekomendasikan tempat ini kepada orang lain, 38% yang berniat kembali dalam waktu dekat, dan 35% yang menjadikannya pilihan utama untuk bersantai.
4. Rendahnya loyalitas pelanggan Cafe Senja Tarikolot dipengaruhi oleh kurangnya efektivitas strategi promosi dan kualitas pelayanan yang belum

memadai, sehingga berdampak pada kepuasan dan keterikatan pelanggan secara keseluruhan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi ruang lingkup penelitian sehingga penelitian lebih terarah dan mudah dipahami sebagai berikut:

1. **Variabel independen** dalam penelitian ini terdiri dari *strategi promosi* dan *kualitas pelayanan*.
2. **Variabel dependen** yang diteliti adalah *loyalitas pelanggan*.
3. **Unit analisis** dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Café Senja Tarikolot.
4. Penelitian dilakukan dalam kurun waktu **Oktober 2024-Agustus 2025**, dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai pelanggan Café Senja Tarikolot.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian lainnya, peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kondisi strategi promosi, kualitas pelayanan dan loyalitas Pelanggan di Cafe Senja Tarikolot
- 2) Seberapa besar pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Senja Tarikolot
- 3) Seberapa besar pengaruh Strategi Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Senja Tarikolot

- 4) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di cafe senja tarikolot

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Senja Tarikolot. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara praktis bagi pihak manajemen café dalam merumuskan strategi yang lebih efektif, maupun secara akademis sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pemasaran.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. kondisi strategi promosi, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di Cafe Senja Tarikolot.
2. pengaruh Strategi Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Senja Tarikolot.
3. pengaruh strategi promosi terhadap loyalitas Pelanggan di Cafe Senja Tarikolot.
4. pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Senja Tarikolot

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam pemahaman pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di sektor F&B lokal.

1.6.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen Cafe Senja Tarikolot dalam merancang strategi promosi dan meningkatkan kualitas pelayanan yang efektif untuk membangun loyalitas pelanggan serta memperkuat posisi mereka di pasar.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Cafe Senja Tarikolot yang berlokasi di Jl. Jatihandap, Mandalamekar, Kec. Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40293.

1.7.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada semester ganjil (7) dan semester genap (8) tahun ajaran 2024/2025. Dimulai dari bulan Oktober 2024 sampai dengan Bulan Agustus 2025. Dengan jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan Penelitian (2024-2025)											
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	
1	Pengajuan Judul	■											
2	Penyusunan BAB I		■	■									
3	Penyusunan BAB II		■		■								
4	Penyusunan BAB III					■	■						
5	Sidang UP									■			
6	Pengolahan Data										■		
7	Penyusunan BAB IV, BAB V, Lampiran Abstrak										■		
8	Sidang Akhir												■

Sumber : Diolah peneliti tahun 2024

