

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Ngopi Doeloe adalah sebuah coffee shop yang didirikan pada September 2006 di jalan Purnawarman no 6-8, Bandung. Awalnya didirikan dengan sebuah konsep tempat berkumpul atau hanya untuk sekedar minum kopi yang kini menjadi gaya baru anak muda di Bandung. Dengan harga yang relatif terjangkau disertai tempat yang sangat nyaman diharapkan membuat pengunjung menjadi betah untuk berlama-lama berkumpul di Ngopi Doeloe.

Ngopi Doeloe memiliki konsep bangunan yang unik dan berbeda di setiap outletnya, juga dilengkapi dengan fasilitas seperti sofa yang nyaman, televisi, live accoustic, free hotspot dan VIP room yang dapat dipakai untuk acara-acara penting seperti mengerjakan tugas, meeting, ulang tahun, reuni, photo pre-wedding sampai wedding pun bisa dilaksanakan di Ngopi Doeloe.

Ngopi Doeloe telah berkembang dan memiliki banyak outlet yang tersebar di area Bandung sampai merambah ke wilayah ibu kota Jakarta, hal itu bertujuan untuk mempermudah akses dari minat masyarakat akan Ngopi Doeloe. Bukan hanya tempat yang nyaman dan fasilitas lengkap saja yang menjadi andalan utama kami, berbagai macam racikan yang terbuat dari bahan dasar kopi kita hadirkan, seperti hot coffee, ice coffee blend, italian sodas sampai jus semua tersedia di sini dan tak hanya minuman saja berbagai jenis makanan mulai dari light meal, main course sampai dessert kita sediakan dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan.

Ngopi Doeloe dikelola oleh orang-orang yang memang ahli di bidangnya, ditambah dengan program-program training yang mengikuti pelayanan standar international. Ngopi Doeloe menyediakan wifi secara gratis yang dimaksudkan untuk memberikan kesempatan pelanggan untuk menikmati penyajian makanan dan minuman tanpa harus menghentikan aktifitas pentingnya.



Gambar 1.1 Logo Ngopi Doeloe

Sumber: <http://www.ngopidoeloe.com>

1.1.2 Produk dan Layanan Perusahaan

Ngopi Doeloe menawarkan berbagai produk kuliner makanan dan minuman yang ditawarkan yaitu sebagai berikut:

1. Burger
2. Makan doeloe
3. Mie
4. Pizza
5. Pasta
6. Salad
7. Soup
8. Starter
9. Dessert
10. Steak
11. Japanase food
12. Italian soda
13. Frozen coffee
14. Kopi dan the
15. Shakes and juices

Sumber: <http://www.ngopidoeloe.com>

1.2 Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang memiliki kekayaan alam yang sangat kaya. Selain kekayaan dan keindahan alam tropisnya, Indonesia mempunyai keanekaragaman budaya yang dikenal dengan keunikan dan keramahannya. Tidak hanya itu Indonesia dengan adanya keanekaragaman budayanya memiliki makanan khas dan masing-masing daerah. Semua ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu tempat tujuan wisata asing dan berbagai penjuru dunia. Dengan pesatnya perkembangan pariwisata di dunia, termasuk di Indonesia, sektor pariwisata telah menjadi salah satu andalan untuk pemasukan devisa negara.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para turis adalah Bali, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DKI Jakarta, Sumatera Utara, Lampung Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, Banten dan Sumatera Barat. Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir diseluruh daerah Indonesia terdapat potensi pariwisata, maka yang perlu diperhatikan adalah sarana transportasi, keadaan infrastruktur dan sarana-sarana pariwisata (www.bps.go.id).

Di Indonesia sendiri khususnya di Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki daya tarik untuk kuliner. Hal ini ditunjukkan dengan hasil survey dari CNN Indonesia pada tabel 1.1 bahwa Bandung merupakan kota yang terpilih sebagai salah satu destinasi favorit di kawasan Asia, salah satu kota yang ada di Jawa Barat ini menempati posisi ke-4 setelah Bangkok, Seoul, dan Mumbai. Hasil tersebut didapatkan dari survey independen yang dilakukan terhadap wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara disitus jejaring sosial, Facebook. Hal yang paling menarik bagi wisatawan adalah karena Bandung merupakan tempat yang memiliki daya tarik kuliner yang beraneka ragam dan juga memiliki banyak resto dan café yang menarik dan unik. Berikut hasil survey independen tersebut:

Tabel 1.1 Peringkat destinasi kota wisata favorit

No	Nama Kota
1	Bangkok (Thailand)
2	Seoul (Korea Selatan)
3	Mumbai (India)
4	Bandung (Indonesia)

Sumber: www.cnnindonesia.com

Bandung dipilih sebagai destinasi kota wisata favorit berdasarkan hasil survei independen yang dilakukan terhadap wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara di situs jejaring sosial yaitu Facebook, dimana wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung disuguhkan berbagai tempat wisata dan atraksi yang menarik. Tidak hanya itu, wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung dapat dimanjakan dengan aneka sajian makanan dan minuman khas Tanah Pasundan yang menggugah selera serta Bandung juga menjadi satu kota yang menjadi surga belanja, khususnya busana-busana *factory outlet*. (www.cnnindonesia.com)

Potensi pariwisata di Kota Bandung selain karena memiliki kebudayaan yang berbeda, juga memiliki makanan khas yang berbeda pula, dengan perbedaan yang dimiliki khususnya dalam hal makanannya Jawa Barat khususnya kota Bandung selain dapat dijadikan sebagai tujuan wisata bagi para wisatawan, juga para wisatawan tersebut dapat merasakan makanan khas yang berbeda dengan daerah lainnya yang ada di Indonesia. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan bagi para wisatawan untuk berkunjung ke Jawa Barat khususnya kota Bandung.

Selain kebudayaan, alam, serta *factory outlet* yang dapat menarik wisatawan di Kota Bandung, wisata makanan atau yang sering disebut wisata kuliner juga merupakan daya tarik wisata Kota Bandung saat ini. Kota Bandung sudah diposisikan sebagai sentra kuliner nusantara karena memiliki jumlah rumah makan terbanyak di Indonesia (www.bandung-tourism.com). Menurut data dari *Official Site of Bandung Tourism Office* di Bandung saat ini mempunyai 472 Restoran dan 14 Bar. Hal ini menunjukkan bahwa industri restoran di Kota Bandung mempunyai jumlah yang tinggi dan dapat menjadi bisnis yang menguntungkan, baik untuk pebisnis, wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung, maupun pemerintah (www.bandung-tourism.com).

Perusahaan yang berbentuk restoran atau café tentunya memiliki peluang besar untuk mengembangkan perusahaannya di Bandung karena Bandung memiliki penduduk yang banyak sehingga bisnis kuliner di Kota Bandung akan dapat terus berkembang. Kepadatan penduduk menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha, makin padat suatu lokasi tentu akan semakin besar untuk mendapatkan peluang juga memungkinkan bisnis yang dijalankan lebih cepat dikenal, selain itu lokasi yang padat penduduk memiliki roda perekonomian yang lebih cepat dan ini tentu menjadi potensi yang sangat baik untuk perkembangan bisnis terutama bisnis dibidang kuliner.

Café berasal dari bahasa Prancis, secara harfiah café adalah minuman (kopi), tetapi kemudian menjadi tempat dimana seseorang bisa minum-minum, tidak hanya minuman kopi tetapi juga yang lainnya dan juga makanan. Saat ini sudah semakin banyak produsen café dan resto yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut membuat pengusaha café dan restoran harus berupaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Persaingan di restoran dan café sangat ketat, hal ini dikarenakan oleh semakin banyaknya konsumen café yang dapat dilihat dari jumlah penduduk Bandung yang terus meningkat dan semakin kuatnya pandangan bahwa Bandung adalah pusat kuliner. Pada saat ini banyak konsumen yang suka menghabiskan waktu di café hal ini juga menjadi peluang bisnis yang baik untuk memperoleh keuntungan, hal ini ditunjukkan dengan jumlah café dan restoran yang semakin meningkat setiap tahunnya. berikut adalah jumlah café di Bandung 5 tahun terakhir:

Tabel 1.2 Jumlah cafe di Kota Bandung

No	Tahun	Jumlah Cafe
1	2014	132
2	2015	153
3	2016	256
4	2017	339
5	2018	394

Sumber: Bandungkota.bps.go.id

Berdasarkan tabel 1.2 jumlah café pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 di Kota Bandung terus mengalami peningkatan dan ini menunjukkan bahwa

persaingan café di Kota Bandung cukup bersaing. Peningkatan jumlah café yang ada di Bandung ini diduga terjadi karena para pelaku bisnis café melihat peluang menarik yaitu banyaknya para wisatawan yang berkunjung ke Bandung dan juga banyaknya penduduk Bandung yang sangat menjanjikan untuk perkembangan bisnis dibidang kuliner.

Banyak pengusaha yang mulai mengembangkan bisnisnya di bidang kafe dan restoran, salah satunya adalah Ngopi Doeloe. Café ini merupakan sebuah café yang telah berdiri dari Tahun 2006 dengan menyajikan makanan dan minuman dengan rasa yang telah disesuaikan dengan selera Indonesia. Dalam penelitian ini penulis mengambil objek Ngopi Doeloe yang berlokasi Jl. Setiabudhi No. 187, Bandung. Hal ini dikarenakan lokasi café Ngopi Doeloe yang dekat dengan lokasi wisata dan Kampus di daerah Bandung Utara sehingga persaingan antara satu café dengan café lainnya sangat terasa.

Pesaing cafe Ngopi Doeloe dibawah ini dilihat dari pesaing terdekat yaitu café dan resto yang berlokasi berdekatan atau satu daerah dengan cafe Ngopi Doeloe yaitu di Jl. Setiabudhi Kota Bandung, berikut adalah para pesaingnya:

Tabel 1.3 Pesaing terdekat cafe Ngopi Doeloe

No	Cafe	Alamat
1	By Ludwick	Jl. Budi Luhur I Bandung
2	Hideki Coffee	Jl. Setiabudhi Bandung
3	Kedai Atas Coffee	Jl. Setiabudhi Bandung
4	Brosis Coffee & Kitchen	Jl. Setiabudhi Bandung
5	La Viva	Jl. Setiabudhi Bandung

Sumber: <http://tempatwisatadibandung.info/cafe-di-bandung>

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa banyak sekali pesaing dari Café Ngopi Doeloe di area jalan Setiabudhi Bandung sehingga berpengaruh terhadap tingkat kunjungan konsumen ke Café Ngopi Doeloe Cabang Setiabudhi dibandingkan dengan cabang-cabang lainnya. Berikut ini adalah data 7 Cabang kafe Ngopi doeloe di Kota Bandung tahun 2018:

Tabel 1.4 Data 7 Cabang Kafe Ngopi Doeloe di Kota Bandung Tahun 2018

No	Lokasi	Konsumen	Persentasi (%)
1	Jl. Setiabudi	26.305	13,0%

2	Jl. Punawarman	30.205	14,9%
3	Jl. Teuku Umar	29.778	14,7%
4	Jl. Hasanudin	29.430	14,5%
5	Jl. Pelajar pejuang	28.520	14,1%
6	Jl. Burangrang	31.380	15,5%
7	Jl. Ranggamalela	26.920	13,3%
Jumlah		202.538	100%

Sumber: Cafe Ngopi Doeloe, 2019

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung atau konsumen yang datang ke Café Ngopi Doeloe cabang Jl. Setiabudhi selama tahun 2018 paling rendah dibandingkan dengan cabang-cabang Ngopi Doeloe yang lainnya. Hal ini juga dapat dilihat dari jumlah pengunjung Cafe Ngopi Doeloe Cabang Jl. Setiabudhi mengalami penurunan jumlah pengunjung selama 5 bulan terakhir seperti yang tersaji pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.5 Data Pengunjung Café Ngopi Doeloe Tahun 2019

Bulan	Pengunjung	Persentasi penurunan (%)
Januari	2.264	-
Februari	1.951	-14%
Maret	1.849	-5%
April	2.365	28%
Mei	2.669	13%
Juni	2.460	-8%
Juli	2.530	3%
Agustus	2.010	-21%
September	2.155	7%
Oktober	2.274	6%
November	2.135	-6%
Desember	2.196	3%
Total	26.858	

Sumber: Café Ngopi Doeloe

Berdasarkan dengan Tabel 1.5, menunjukkan bahwa persaingan dalam bisnis kuliner (cafe) sendiri cukup kuat, ditandai dengan penurunan jumlah pengunjung

dari Bulan ke Bulannya. Beriringan dengan hal tersebut, Café Ngopi Doeloe yang telah lama terjun dalam industri kreatif yang bergerak di bidang kuliner sejak tahun 2006. Penurunan jumlah pengunjung tentu berdampak pada pemasukan Café Ngopi Doeloe Jl. Setiabudhi Bandung, dimana hal tersebut juga berdampak pada tingkat loyalitas konsumen Café Ngopi Doeloe.

Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif (Bilika et al., 2016). Pada dasarnya kesetiaan pelanggan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pelanggan setia akan cenderung membeli lebih banyak produk pada perusahaan, tidak lebih memilih perusahaan lain, tidak mencoba produk baru, dan mendorong orang lain untuk menjadi pelanggan (Suwono dan Sihombing, 2016). Sekarang banyak perusahaan telah menyadari nilai dari pelanggan saat ini dan mencoba untuk menemukan cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Taghipourian dan Bakhsh 2016).

Salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan atau konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Menurut (Kotler & Keller, 2016) kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pemberian pelayanan berkualitas kepada pelanggan adalah hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin berhasil. Oleh karena itu, suatu bisnis dan usaha harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan profesional agar dapat memberikan loyalitas kepada konsumen.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Café Ngopi Doeloe dapat dilihat dari penilaian langsung konsumen yang datang ke Café Ngopi Doeloe, dimana sebagian besar karena mendapat informasi (dari teman, pacar, rekan kerja, atau tetangga) mengenai cafe tersebut. Mereka tertarik datang setelah mendengar informasi yang mereka dapat tentang Café Ngopi Doeloe. Setelah mengkonsumsi dan merasakan pelayanan di cafe tersebut, maka konsumen akan memberikan penilaian mengenai kualitas pelayanan yang dirasakan. Konsumen yang puas terhadap kualitas pelayanan biasanya akan melakukan pembelian ulang dan

berpotensi menjadi loyal, sedangkan konsumen yang tidak puas tidak akan melakukan pembelian ulang.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kepuasan konsumen, dimana perilaku setelah pembelian suatu produk ditentukan oleh kepuasan atau ketidakpuasan akan suatu produk sebagai akhir dari proses penjualan. Loyalitas konsumen merupakan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut.

Konsumen yang puas maupun loyal cenderung memberitahu orang lain informasi yang positif tentang Café Ngopi Doeloe. Dimana informasi ini akan menarik minat orang yang belum pernah datang di Café Ngopi Doeloe untuk mencobanya. Meningkatnya jumlah konsumen yang loyal akan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2016:49)

Berdasarkan penelitian terdahulu menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Wibowo dan Ananda 2015). Hasil penelitian yang berbeda menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Bowo et al., 2014).

Penelitian dari Michael Christian dan Vincent Nuari (2016) mengenai Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus: Belanja Online Bhinneka.com menunjukkan hasil bahwa *e-service quality* dan *overall e-service quality* memiliki pengaruh pada *e-satisfaction*. Sedangkan *e-satisfaction* menjadi variable penting dalam mempengaruhi *e-loyalty*.

Penelitian dari Sandriana Marina, Andi Darmawati dan Indra Setiawan (2014) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Penerbangan *Full Service Airlines*, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan signifikan antara variabel kualitas (X) dan variabel loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang

berjudul: **“Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Ngopi Doeloe Cabang Setiabudhi Bandung”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kualitas pelayanan Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung?
2. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kepuasan konsumen Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung?
3. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang loyalitas konsumen Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan yang harus dicapai mengacu pada rumusan masalah penelitian, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji hal-hal sebagai berikut:

1. Tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung.
2. Tanggapan pelanggan mengenai tentang kepuasan konsumen Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung.
3. Tanggapan pelanggan mengenai loyalitas konsumen Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung.

4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung.
5. Besarnya pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung.
6. Besarnya pengaruh pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Café Ngopi Doeloe cabang Setiabudhi Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Bagian ini akan menjelaskan mengenai kegunaan penelitian yang dibagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan secara akademis dan praktis. Diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri, dapat berguna bagi mereka yang membacanya secara langsung maupun tidak langsung.

1. Bagi Penulis

Penelitian ini akan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan masalah kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

1. Bagi Pihak Café Ngopi Doeloe Cabang Setiabudhi Bandung

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi Café Ngopi Doeloe Cabang Setiabudhi Bandung sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan.

2. Bagi Pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai penelitian ini, maka penulisan penelitian ini disusun dalam 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab 1 berisi tentang latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab Tinjauan Pustaka dan Lingkup penelitian berisi tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab Metode Penelitian berisi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh, dijabarkan dan data yang didapatkan ditabulasi.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan garis besar bab 1 sampai dengan bab 4 yang berupa kesimpulan dari hasil penulisan skripsi serta saran yang sesuai dengan hasil penelitian.