

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan bisnis kafe di Indonesia saat ini sedang berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat banyaknya kafe yang bermunculan dikarenakan kafe sudah menjadi gaya hidup masyarakat dan bervariasinya kebutuhan konsumen serta diikuti kreatifitas dan kemauan para pembuat kafe untuk menyediakan serta memenuhi kebutuhan masyarakat, hal ini menimbulkan kemudahan untuk para konsumen dalam menemukan tempat bersantai berbentuk kafe.

Pertumbuhan ekonomi yang saat ini terlihat dalam minat para konsumen pada kafe yang menyebabkan berkembangnya usaha kafe pada suatu daerah, semakin maraknya persaingan yang terjadi pada usaha kafe ini membuat para pemilik kafe termotivasi membuat strategi-strategi untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian pada kafe miliknya. Strategi yang umum digunakan oleh para pemilik dalam menarik konsumen yaitu dengan cara membuat dekorasi kafe mengikuti trend yang sedang dimintai masyarakat, membuat inovasi pada setiap produk, dan membuat suasana kafe sesuai dengan yang diinginkan para konsumen seperti menyediakan hiburan berbentuk musik serta meningkatkan pelayanan kepada para konsumen.

Kafe pada umumnya merupakan suatu usaha dibidang makanan dan minuman yang dikelola secara praktis dengan menawarkan tingkat pelayanan bagi para konsumen secara menyeluruh dan ramah. Dalam hal ini kafe ternyata bukan hanya sekedar tempat bersantai, tetapi kafe juga memberikan manfaat bagi para pengunjung yang datang diantaranya sebagai tempat untuk menghilangkan kejenuhan dan kelelahan yang dialami oleh konsumen, kafe juga dapat menciptakan suasana yang damai dan ramai bagi para konsumen, kafe juga bisa dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas, juga sebagai tempat untuk bercanda gurau bersama teman dan menemukan teman baru serta kafe dapat memberikan suatu kenyamanan bagi para pengunjung dari suasana yang disediakan oleh kafe tersebut. Berdirinya suatu kafe dapat menjadi tanda sebagai salah satu bentuk pertumbuhan ekonomi yang sedang terjadi di suatu daerah dan juga memberikan manfaat sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi para pencari kerja.

Dalam hal penjualan kafe sangat dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan serta terdapat faktor lain berupa perubahan gaya hidup di setiap konsumen yang sangat terlihat pada kaum anak muda dimana hampir setiap aktivitas dan kesibukannya hanya menghabiskan waktu, berkumpul bersama teman dan menghabiskan energi untuk bersantai menghilangkan kepenatan. Mereka pasti akan mencari tempat yang cocok atau sesuai dengan keinginan dan gaya hidup mereka, salah satu

tempat yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka tersebut adalah kafe. Banyaknya kafe yang bermunculan mengakibatkan para owner berpikir lebih kreatif untuk menciptakan konsep yang berbeda dari kafe-kafe yang sudah ada. Hal ini sudah tentu untuk menarik perhatian pengunjung. Pada umumnya para owner kafe terlebih dahulu mensurvei apa yang menjadi trend di pasaran masyarakat atau dari kebiasaan-kebiasaan masyarakat.

Terdapat banyak kafe di Indonesia salah satunya adalah One Fifteen Coffe yang terletak di Jl, Gandaria 1 No. 63, Jakarta Selatan. One Fifteen Coffe merupakan café untuk menikmati sajian minuman kopi terbaik di Indonesia. Dengan kepopulernya sebagai salah satu café dengan barista yang terbaik, terciptalah sebuah sajian kopi yang nikmat, sedap, dan fenomenal yang bisa dinikmati oleh para pengunjungnya. One Fifteenth Coffe di kenal dengan mesin pembuat kopi terbaiknya yang bernama La Marzocco Strada yang memang bisa menghasilkan sajian kopi yang berkualitas bagi para pelanggannya.

Seiring berjalannya waktu di kota Jajag telah berdiri beberapa kafe yang menjadi pilihan dan tujuan setiap masyarakat kota Jajag. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai nama dan alamat setiap kafe yang ada di kota Jajag yang tercantum pada tabel di bawah ini.

Tabel I.1 Daftar kafe pada Kota Jajag Tahun 2020

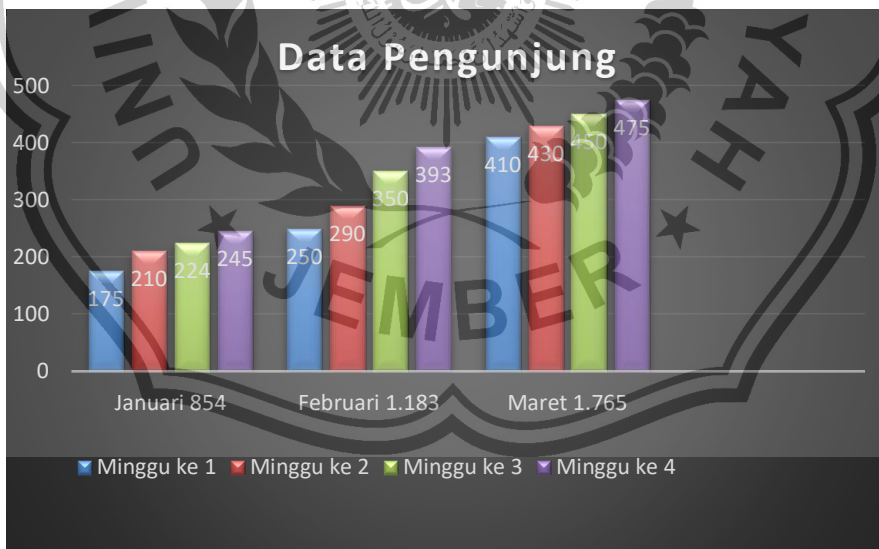
No	Nama	Alamat
1	Angkringan Mbah Dharmo 1881	Jl. Ahmad Yani No. 49, Jajag Banyuwangi
2	Coffe House And Resto	JL. YOS Sudarso No.72, Jajag Banyuwangi
3	Gis & Gas Café	Jl.Ahmad Yani No.38, Jajag Banyuwangi
4	Vosco Coffe And Resto	JL YOS Sudarso No.56 Jajag Banyuwangi
5	Cak Soe Coffe	JL.Ahmad Yani ,Jajag Banyuwangi
6	Lotu Kopi	JL. Ahmad Yakni No. 63, Jajag Banyuwangi
7	Secret Garden Café & Resto	Jl Yos Sudarso No. 28, Jajag Banyuwangi
8	Gerobak Corina	Jl Ahmad Yakni, Jajag Banyuwangi
9	Kopi Sadar Diri	Jl Ahmad Yakni No.54, Jajag Banyuwangi
10	Nine Cofe	Jl Kartini No 21, Jajag Banyuwangi

Berdasarkan tabel I.1 diatas, pada Kota Jajag di tahun 2020 telah ada 10 (sepuluh) kafe yang telah berdiri. Sehingga para konsumen dapat memilih kafe sesuai kebutuhan dan keinginan.

Namun ada salah satu kafe yang saat ini memang banyak diminati oleh para konsumen yakni Dragon cafe. Dragon café adalah sebuah kafe yang memiliki konsep dibuat lebih dekat dengan nuansa buah naga. Seperti yang ditawarkan

Dragon Cafe di kawasan Jajag, Banyuwangi. Kafe ini terasa unik mengusung slogan “ Benteng Buah Naga, Pelopor Buah Naga kekinian”. Konsep dibuat semi outdoor, memberi kesan luas. Selain bisa menikmati menu-menu bernuansa buah naga, seperti nasi goreng cinta dan mie goreng naga, pengunjung bisa mendapatkan produk olahan buah naga. Seperti dodol dan selai buah naga. Kafe ini bukan hanya sekedar menjadi tempat tongkrongan kekinian, tapi wadah kreativitas bagi masyarakat. Sejauh ini para pelaku seni, seperti anak-anak muda ikut dilibatkan mengisi hiburan atau even lainnya. Ke depan, kafe ini lebih banyak mengusung konsep edukasi seni budaya dan pertanian. Suasana kafe yang menarik, membuat banyak pengunjung datang berfoto selfie, serta banyak artis Banyuwangi mengambil lokasi kafe untuk acara syuting. Kafe ini juga dilengkapi berbagai fasilitas. Seperti ruang pertemuan, pentas, live music tiap hari dan area parkir yang luas.

Dibuktikan dengan jumlah pengunjung yang melakukan pembelian di Dragon Cafe pada bulan Januari, Februari, dan Maret. Hal tersebut bisa dilihat dari data pengunjung Dragon cafe bulan Januari, Februari, dan Maret tahun 2020. Pada bulan Januari terdapat 854 orang yang datang ke Dragon cafe, bulan Februari sebanyak 1.183 orang dan bulan Maret sebanyak 1.765. untuk data yang lebih rinci dan jelas mengenai jumlah pelanggan yang datang dan melakukan pembelian di Dragon Café dari bulan Januari-Maret 2020 yang dapat dilihat di tabel di bawah ini sebagai berikut.



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pelanggan

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa pelanggan Dragon Café mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2020 di bulan Januari, Februari

dan Maret. Namun pada bulan April sampai bulan Juli mengalami penurunan bahkan tidak ada yang berkunjung di Dragon Cafe di karena kan adanya pandemic covid-19 aturan dari pemerintah yang memang tidak boleh membuka kafe untuk sementara waktu.

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat ini, menanamkan persepsi positif bagi konsumen merupakan faktor penting dalam kesuksesan penjualan suatu usaha, maka dari itu para pembisnis kafe perlu memberikan pengalaman yang berbeda bagi konsumen guna menyentuh sisi emosional. Konsep *experiential marketing*, yang dikemukakan Schmitt (2005, dalam Indriani, 2010) menyatakan bahwa demi mendekati, mendapatkan dan mempertahankan konsumen loyal, produsen melalui produknya perlu menghadirkan pengalaman-pengalaman yang unik. Positif harus didukung dengan pelayanan yang baik, agar pelanggan puas dan loyal. Oleh karena itu peran *experiential marketing*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan perlu diperhatikan, agar mampu mempertahankan posisinya dalam persaingan saat ini.

Experiential marketing adalah suatu usaha yang digunakan oleh perusahaan atau pemasaran untuk mengemas produk sehingga mampu menawarkan pengalaman emosi hingga menyentuh hati dan perasaan konsumen Schmitt (2005, h.22 dalam Kristian dan Darmayanti, 2013).

Kegiatan *experiential marketing* ini telah banyak dilakukan oleh para pembisnis salah satunya adalah usaha dibidang kafe. Para pembisnis yang terjun dalam usaha ini saling berlomba-lomba untuk memberikan kepuasan bagi konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan dengan menawarkan berbagai produk makanan dan minuman yang menarik, berkualitas dengan harga yang bersaing dengan kompetitor, serta memberikan suasana yang berbeda dengan suasana kafe yang lainnya.

Penerapan *experiential marketing* pada Dragon Café diharapkan mampu berimbas kepada meningkatnya kepuasan pelanggan baik dari sisi rasional maupun emosional yang selanjutnya mampu menciptakan loyalitas pelanggan.

Dengan melihat keadaan saat ini, penulis ingin meneliti bagaimana jika *experiential marketing* diterapkan pada usaha kafe. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Dragon Café serta mengetahui hubungannya dengan konsep *experiential marketing*. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Implementasi *Experiential marketing* Terhadap Loyalitas pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah peneliti, selanjutnya peneliti mengambil permasalahan yang terkandung dalam latar belakang tersebut. Permasalahan tersebut dirumuskan ke dalam pertanyaan penelitian seperti dibawah ini :

Rumusan Masalah yang dapat dipaparkan adalah sebagai berikut:

1. Apakah *sense* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di Kota Jajag ?
2. Apakah *feel* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag ?
3. Apakah *think* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
4. Apakah *act* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag ?
5. Apakah *relate* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag ?
6. Apakah *sense* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di Kota Jajag ?
7. Apakah *feel* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di Kota Jajag ?
8. Apakah *think* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di Kota Jajag ?
9. Apakah *act* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di Kota Jajag ?
10. Apakah *relate* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di Kota Jajag ?
11. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag ?
12. Apakah *sense* melalui kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) ?
13. Apakah *feel* melalui kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) ?
14. Apakah *think* melalui kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) ?
15. Apakah *act* melalui kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) ?
16. Apakah *relate* melalui kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *sense* terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *feel* terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *think* terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *act* terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *relate* terhadap kepuasan pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
6. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *sense* terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
7. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *feel* terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
8. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *think* terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
9. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *act* terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
10. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *relate* terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag
11. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag.
12. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *sense* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag.
13. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *feel* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag.
14. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *think* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag.
15. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *act* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag.
16. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *relate* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Dragon Cafe di kota Jajag.

1.4 Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangsih ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu manajemen pemasaran. Sumbangsih ilmu pengetahuan yang dimaksud adalah mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi *experiential marketing*, yakni kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

b. Aspek Praktis

Penelitian diharapkan memberikan manfaat bagi Dragon Café sebagai bahan informasi dan evaluasi untuk meningkatkan *experiential marketing*.

c. Civitas Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan daftar bacaan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya civitas akademisi di lingkungan Prodi Manajemen fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember dan untuk dapat menjadi acuan untuk peneliti lainnya.

