

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan globalisasi, kebutuhan dasar, hobi dan *lifestyle* masyarakat di Indonesia semakin beragam. Salah satu kebutuhan manusia adalah makanan dan minuman. Kebutuhan terhadap makan dan minum dapat diperoleh dari memasak ataupun membelinya di restoran maupun *café*. Di Indonesia telah cukup banyak berdirinya *café* yang tersebar di berbagai tempat dari kota besar sampai kota kecil. Selain sebagai kebutuhan, *café* juga menjadi gaya hidup bagi kebanyakan masyarakat modern dikarenakan menyediakan desain interior yang unik serta konsep yang dapat menarik pengunjung seperti *Maid Café* dan *Cat Café*.

*Café* bertema biliar merupakan salah satu bentuk bisnis *café* yang cukup berkembang pesat saat ini. *Cafe* biliar adalah sebuah tempat yang menyajikan makanan dan minuman seperti *Cafe* pada umumnya. Akan tetapi yang membedakan antara *Cafe* umum dengan *Cafe* biliar terdapat pada tersedianya meja biliar yang dapat digunakan oleh pengunjung sebagai hiburan dan olahraga. Olahraga biliar merupakan suatu olahraga yang bersifat rekreasional, yang dimana olahraga ini mengandalkan ketepatan mata dan sentuhan. Olahraga ini juga merupakan olahraga yang terlihat cukup keren atau *prestise* apabila dibandingkan dengan olahraga lainnya. Menurut (Setiawan, 2024) bersumber dari [lampung.tribunnews.co.id](http://lampung.tribunnews.co.id) “Tujuan mengusung *Cafe* yang dipadukan dengan permainan biliar karena untuk memperbaiki image atau citra permainan biliar yang jadul dan urakan di mata masyarakat”.

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat ini, upaya bagi pebisnis untuk lebih mendekati pelanggan terhadap bisnis yang dijalankan sangat penting agar produk lebih dikenal dan dijadikan pilihan bagi pelanggan. Maka dari itu, diperlukannya strategi yang cocok dan terkini untuk mencapai tujuan tersebut seperti penggunaan *Digital Marketing*. Menurut (Taherdoost, 2023) *Digital Marketing* merupakan strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital, seperti Internet, perangkat seluler, media sosial, dan mesin pencari, untuk mempromosikan produk atau layanan dan terlibat dengan target audience. Strategi *Digital Marketing* ini telah banyak dilakukan oleh pebisnis, salah satunya

merupakan bisnis *Cafe* biliar. Para pebisnis yang menggeluti di bidang *Cafe* biliar ini berlomba-lomba untuk mendekati pelanggan dengan cara aktif di sosial media. Konten yang dihadirkan selalu terkini dengan segala promosi yang diberikan atau bahkan melakukan konten siaran secara langsung bagaimana kondisi saat ini di *Cafe*. *Customer Experience* menurut Meyer dan Schwager dalam (Kaloko, 2020) *Customer Experience* adalah respons pelanggan internal dan subjektif yang dihasilkan dari interaksi langsung atau tidak langsung dengan perusahaan. Hubungan langsung ini biasanya merupakan hasil inisiatif konsumen. Ini biasanya terjadi di departemen pembelian dan layanan. Sementara itu, hubungan tidak langsung seringkali melibatkan pertemuan yang tidak direncanakan, seperti penampilan produk dan merek, iklan, dan acara promosi lainnya. Dengan mengutamakan pengalaman yang baik saat pelanggan memakai produk maka akan terbentuk loyalitas atau kesetiaan pelanggan. *Customer Experience* adalah pengalaman baik atau buruk yang dimiliki pelanggan saat menggunakan dan merasakan suatu produk atau layanan (Wiyata et.al. 2020). Menurut Mahkota dalam (Zhafira et al., 2023) Dalam hal ini, untuk menjaga loyalitas konsumen, diperlukan strategi yang tidak hanya berfokus pada kualitas tetapi juga *Customer Experience* untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Menurut Martono dalam (Sholihah, 2020), Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan yang dapat mempengaruhi daya saing bisnis. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang bagus dengan harga yang terjangkau. Kualitas pelayanan yang baik dapat terlihat dari berkerunjungnya kembali dan konsumen betah berlama-lama di *café*

Loyalitas pelanggan yang tinggi menjadi faktor penting dalam mempengaruhi penjualan dimasa depan. Hal ini dikatakan penting karena dapat mempererat hubungan antara pelanggan yang berdampak pada perilaku pembelian berkelanjutan dan menciptakan keuntungan. Berikutnya loyalitas pelanggan dapat dibantu dengan promosi yang dilakukan melalui kegiatan pemasaran SNS (*Social Networking Service*) yang dapat menunjang pengenalan merek dalam ekuitas merek, menambah nilai dalam ekuitas nilai, dan hubungan yang baik dalam ekuitas hubungan. Berikut ini merupakan daftar *café* biliar yang ada di kota Jember :

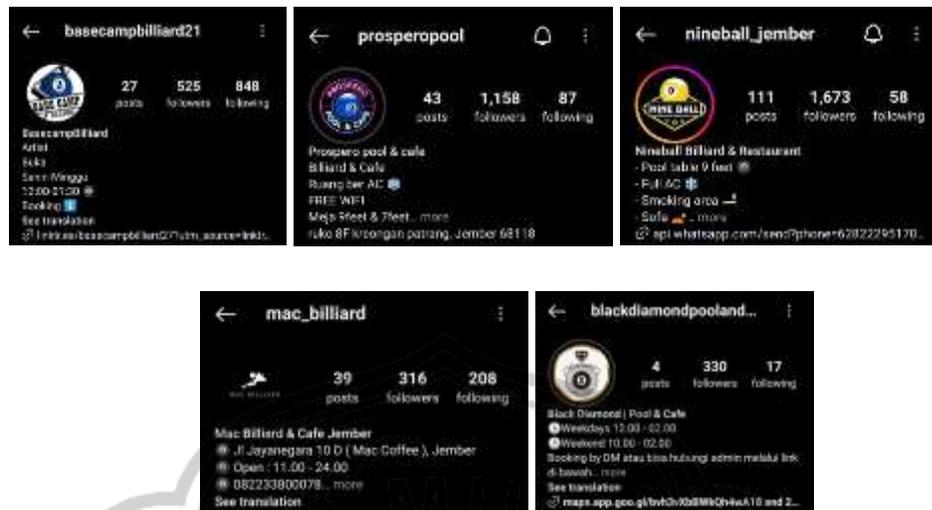
**Tabel 1.1 Cafe Biliar di Kota Jember**

<b>Nama</b>	<b>Alamat</b>
Mac Billiard	Jl. Jayanegara No. 10D Jember
Black Diamond Pool & Cafe	Jl. Kaca Piring No. 152 Jember
Café Billiard Landro	Jl. Letjend S.Parman No. 82 Jember
NineBall Billiard & Restaurant	Jl. Riau No 61 Jember
Billiard Basecamp	Jl. Riau No15GG Jember
Prospero Pool & Café	Jl. DR. Soebandi No.58 Jember

Sumber : [www.googlemaps.com](http://www.googlemaps.com)

Berdasarkan Tabel 1.1 data *café* biliar yang ada di kota Jember beserta alamatnya hal ini menunjukkan bahwa di kota Jember, *café* dengan bertemakan permainan biliar cukup banyak, berbagai *café* biliar yang berada di kota Jember tersebut menyediakan fasilitas atau keunggulan yang dimiliki serta memberikan fasilitas tambahan yang bertujuan untuk menarik keinginan para pengguna tersebut. Fasilitas tambahan tersebut yaitu meliputi area *billiard* biasa maupun *VIP*, area *lobby*, area *bar* dan *cafe*. Semakin banyaknya pelaku usaha yang bergerak dalam bidang usaha sejenis dan beroperasi serta memproduksi dengan menawarkan berbagai macam produk/jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat sulit menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh sebab itu pelaku usaha berlomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta memaksimalkan pemasaran dengan strategi *digital* untuk menarik para konsumen. Seperti yang sudah disebutkan apabila konsumen mendapatkan pengalaman atau kesan yang baik terhadap pelayanan maupun produk yang di beli, maka konsumen merasa senang atau ingin untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hanjaya dkk. (2022) menunjukkan adanya pengaruh positif *Digital Marketing* terhadap loyalitas pelanggan.

Berikut gambar jumlah *followers* Instagram dari Prospero Pool and Café dan *café* biliar lain yang ada di kota Jember.



Sumber : Aplikasi Instagram

Gambar 1.1 Pengikut Instagram di Beberapa *Cafe* Biliar Jember

Berdasarkan Gambar 1.1 diketahui jumlah followers instagram Prospero *Pool and Café* dengan *Cafe* biliar lain yang berada di kota Jember. Jumlah pengikut yang dimiliki oleh Basecamp Billiard, Mac Billiard dan Black Diamond tidak lebih dari 1000 *followers*. Sedangkan jumlah pengikut yang dimiliki oleh Prospero *Pool and Café* sebanyak 1158 *followers*, hal ini memberikan arti bahwa *café* ini bersaing dengan strategi *digital marketing* dikarenakan *café* ini selalu aktif dalam memberikan postingan Instagram yang informatif kepada pengikut atau *followers* agar kelayakan pelanggan tetap terjaga, akan tetapi *café* biliar Nineball memiliki jumlah pengikut yang paling banyak. Hal ini selaras dengan fasilitas yang dimiliki lebih lengkap dengan adanya meja biliar dengan ukuran 9ft sebanyak 20 buah dan memiliki resto, namun melihat dari perspektif Islam *café* ini tidak cocok dikarenakan menyediakan alkohol.

Berbeda dengan Prospero *Pool and Cafe*, mereka tidak menyediakan alkohol sehingga lebih menciptakan suasana yang *family friendly*. Menu yang disajikan cukup beragam seperti kopi, cappucino, atau bagi konsumen yang bukan pecinta kopi terdapat coklat, susu, wedang dan bahkan tersedia mie korean. Fasilitas yang ditawarkan cukup lengkap yaitu meja biliar kecil dengan ukuran 7ft sebanyak 5 buah, serta terdapat ruangan VIP dengan meja impor dengan ukuran 9ft impor sebanyak 5 buah. Dalam menjaga kelayakan pelanggan maka

diperlukan pelayanan yang baik seperti keramahan dan kecepatan pelayanan *staff*. Karyawan dari Prospero *Pool and Café* memberikan pelayanan untuk menata bola kembali ke meja biliar saat permainan telah selesai, hal ini merupakan bentuk nilai tambah yang dimiliki oleh cafe ini sehingga muncul pengalaman positif yang dirasakan oleh pelanggan. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Yulinda dkk. (2020) menunjukkan adanya pengaruh positif *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan.

Prospero *Pool and Café* juga memiliki ruangan ber AC sehingga meski saat siang hari, pelanggan tetap merasakan sejuk dan betah bermain dan menikmati hidangan yang disediakan. Akan tetapi, dibandingkan Prospero *Pool and Café* dengan *café* yang lain tidak adanya juru parkir yang menjaga kendaraan pelanggan, hal ini membuat pelanggan muncul rasa khawatir terhadap kendaraan yang dibawanya. Serta fasilitas toilet yang dimiliki oleh Prospero *Pool and Café*, peneliti merasa masih kurang bersih. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Udayana dkk. (2022) menunjukkan adanya pengaruh yang positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasar hasil riset pendahuluan, belum ditemukan adanya lokasi yang bertemakan *billiard cafe*. Sehingga peneliti tertarik untuk menjadikan Prospero *Pool and Café* sebagai objek penelitian dengan judul Pengaruh *Digital Marketing, Customer Experience* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Prospero *Pool And Café*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil riset pendahuluan yang penulis lakukan belum ditemukan adanya pengaruh *customer experience* dan kualitas pelayanan secara serentak terhadap loyalitas pelanggan, peneliti merumuskan beberapa masalah yaitu :

- 1) Apakah *Digital Marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Prospero *Pool and Café* ?
- 2) Apakah *Customer Experience* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Prospero *Pool and Café* ?
- 3) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Prospero *Pool and Café* ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini yaitu

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Digital Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan di Prospero *Pool and Café*.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Customer Experience* terhadap Loyalitas Pelanggan di Prospero *Pool and Café*.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Prospero *Pool and Café*.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi Perusahaan  
Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan masukan pengambilan kebijakan bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi atau peninjauan kembali terkait *Digital Marketing*, *Customer Experience* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di perusahaan.
- 2) Bagi Peneliti selanjutnya  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk meningkatkan pengetahuan atau wawasan tentang *Digital Marketing*, *Customer Experience*, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.
- 3) Bagi Penulis  
Penelitian ini sebagai sarana pembelajaran untuk menambah wawasan khususnya dalam pengetahuan terhadap pemasaran dan mengembangkan kemampuan berfikir secara ilmiah.