

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam situasi kompetitif yang semakin intensif pada industri café, memahami perilaku konsumen menjadi kunci keberhasilan bisnis. Konsumen kini tidak hanya menilai produk, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai aspek lingkungan yang membentuk pengalaman konsumsi. Dalam era globalisasi, perilaku mereka semakin beragam, dari yang kurang setia hingga sangat loyal. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi pola tersebut, karena loyalitas pelanggan merupakan sumber keuntungan jangka panjang dan mendukung peningkatan profit melalui pembelian ulang. (Hermawan 2023)

Seorang pemasar yang berhasil dituntut untuk memahami pola pikir, perasaan, dan perilaku konsumen secara menyeluruh. Memahami perilaku konsumen membantu pemasar menciptakan strategi yang lebih relevan dan efektif. Dengan menyelami siapa konsumennya, apa saja yang dibutuhkan, dan cara mereka dalam membuat keputusan, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dan loyalitas jangka panjang. (Shaw and Davis 1973)

Dalam dunia bisnis café yang semakin kompetitif, pemilik usaha dituntut untuk memahami berbagai aspek yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan. Seorang pengusaha juga harus senantiasa peka terhadap kebutuhan pelanggan serta mampu mengamati apa saja yang diinginkan oleh konsumen dalam berbagai hal. Ketika pelanggan masuk ke sebuah café, mereka tidak hanya mencari apa yang terdapat dalam menu saja, tetapi mereka juga memperhatikan bagaimana kualitas layanan serta suasana dengan desain interior dari café tersebut. Ketika pelanggan memperoleh kualitas layanan yang sejalan atau bahkan melampaui ekspektasi mereka, hal ini dapat menciptakan rasa nyaman selama berada di café. (Oktavianus 2022).

Menurut Kotler (2005), suasana atau atmosfer café dirancang sedemikian rupa agar sesuai dengan segmen pasar dan dapat meningkatkan daya tarik pelanggan terhadap tempat tersebut. Salah satu faktor utama dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan adalah atmosfer café yang nyaman. Atmosfer café yang meliputi elemen visual, auditori, olfaktori, dan taktil memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui peningkatan kenyamanan dan pengalaman positif selama berkunjung. Atmosfer café yang nyaman, baik dari segi pencahayaan, musik, aroma, hingga kenyamanan tempat duduk, dapat menciptakan lingkungan yang membuat pelanggan betah berlama-lama. Saat pelanggan merasa betah berada di sebuah café, mereka biasanya cenderung berlama-lama di tempat tersebut. Situasi tersebut mampu memberikan dampak terhadap lonjakan transaksi pembelian dalam satu kali kunjungan, misalnya dengan memesan makanan atau minuman tambahan.

Selain itu Keller (2016) berpendapat bahwa kualitas layanan mencakup kemampuan perusahaan guna menyajikan pelayanan yang dapat diandalkan, cepat dan selaras dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kualitas layanan yang prima, seperti keramahan staf dan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta

mendorong mereka untuk kembali. Kualitas layanan dapat terlihat dari kecepatan staff dalam menyiapkan pesanan, keramahan staf saat berinteraksi dengan pelanggan, serta kesigapan dalam menangani keluhan atau permintaan khusus. Kualitas layanan yang konsisten dan personal mampu menumbuhkan kepercayaan mendalam pada pelanggan, sehingga mereka merasa dihargai dan memilih untuk tetap setia kembali ke café, hal tersebut tentu merupakan dampak kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan agar mereka merasa dihargai. Selain itu, kebersihan area café, kemudahan dalam pemesanan, serta konsistensi rasa dan penyajian minuman juga menjadi faktor penting yang berdampak pada bagaimana pelanggan menilai kualitas layanan yang ditawarkan.

Sementara menurut Suptandar (1995 :11) desain interior adalah pendekatan ilmiah dalam pengaturan ruang guna menciptakan kenyamanan, memenuhi kebutuhan fisik dan spiritual, serta menjamin keamanan pengguna, dengan tetap memperhatikan unsur estetika. Ruang yang dirancang dengan detail artistik dan fungsi optimal mengundang pelanggan untuk merasa betah, membangun ikatan emosional yang memperkuat loyalitas. Desain interior yang baik dapat diwujudkan melalui pemilihan furnitur yang ergonomis, pencahayaan yang nyaman, serta tata letak yang mendukung interaksi sosial maupun kenyamanan individu. Penggunaan warna yang selaras, dekorasi yang mencerminkan identitas café, serta pengaturan ruang yang memungkinkan aliran pergerakan pelanggan yang lancar juga berperan dalam menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan, sehingga pelanggan merasa betah dan ingin kembali.

Badarudin (2010) menyatakan bahwa perilaku pelanggan yang berulang mencerminkan tingkat loyalitas terhadap merek atau layanan. yang melakukan transaksi berulang serta niat konsumen untuk menyarankan produk kepada pihak lain tanpa mengharapkan imbalan apa pun. Dengan demikian, penggunaan produk secara konsisten akan membentuk persepsi yang membangun terhadapnya. Loyalitas pelanggan yang terbentuk dari pengalaman positif ini akan berkontribusi pada peningkatan *repeat purchase* dan dukungan melalui komunikasi interpersonal, sehingga memperluas jangkauan pasar café. Loyalitas pelanggan dalam bisnis café memiliki peran krusial karena berhubungan erat dengan kestabilan pemasukan dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan kunjungan berulang (*repeat purchase*) dan lebih kecil kemungkinannya untuk beralih ke café lain (*switching resistance*), terutama jika mereka merasa memiliki keterikatan emosional dengan merek. Selain itu, pelanggan setia sering kali menjadi *brand advocate* yang mempromosikan café melalui ulasan positif dan rekomendasi kepada teman atau keluarga (*word of mouth*), yang dapat membantu meningkatkan jumlah pelanggan baru tanpa biaya pemasaran yang besar.

Fenomena ini juga terlihat di Café Lir-Ilir Kecamatan Genteng, Banyuwangi, yang hadir dengan konsep social house dan terus berkembang sejak 2016. Berdasarkan data penjualan periode November 2024-Januari 2025, Lir-Ilir menunjukkan performa yang baik, dengan total penjualan mencapai Rp634.387.360,00 dalam triwulan. Meskipun café seperti Lir-Ilir menunjukkan kinerja yang positif, persaingan dalam industri café di Banyuwangi semakin ketat. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu menghadirkan suasana café yang nyaman, meningkatkan mutu pelayanan, serta merancang interior yang menarik guna menjaga loyalitas pelanggan.

Berikut data penjualan pada periode November 2024 - Januari 2025.

Tabel 1.1 data penjualan

Periode	Total Produk	Total Transaksi	Total Laba Kotor	Total Penjualan
November 2024	9.497	1.194	Rp207.322.499,00	Rp207.514.602,00
Desember 2024	9.171	1.124	Rp204.132.289,00	Rp204.324.894,00
Januari 2025	9.938	1.291	Rp221.894.819,00	Rp222.547.864,00

Dengan angka transaksi sebanyak 27.959 dalam triwulan, menunjukkan bahwa café ini memiliki basis pelanggan tetap, namun perlu diteliti apakah faktor atmosfer, kualitas layanan, dan desain interior berperan dalam mempertahankan loyalitas tersebut. Dengan strategi yang tepat dalam mengelola atmosfer, layanan, dan desain interior, café dapat tetap kompetitif meskipun daya beli masyarakat mengalami tekanan. Penyesuaian strategi ini juga dapat membantu café mempertahankan pendapatan dan bahkan meningkatkan profitabilitas dalam jangka panjang.

Hasil studi (Antonia 2022) menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial dari desain interior dan atmosfer restoran terhadap tingkat loyalitas pelanggan di Nilo Coffee and Croissant, Denpasar. Adapun penelitian (Oktavianus 2022), temuan dalam penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari Variabel harga dan suasana kafe terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hasil uji t mengindikasikan bahwa variabel harga diperoleh skor t sebesar 3,963 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,050$), dan variabel suasana kafe memiliki skor t sebesar 3,134 dengan signifikansi 0,003 ($p < 0,050$). Sementara itu, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t sebesar 0,304 dan signifikansi sebesar 0,762 ($p > 0,050$), yang mengindikasikan ketidaksigifikannya secara statistik.

Studi tentang loyalitas pelanggan umumnya berfokus pada kualitas layanan atau kepuasan, namun masih sedikit yang mengkaji loyalitas dalam konteks café sebagai bagian dari gaya hidup. Selain itu, kombinasi variabel atmosfer café, kualitas layanan, dan desain interior dalam satu model penelitian masih jarang ditemukan. Penelitian di daerah seperti Banyuwangi juga terbatas, sehingga diperlukan kajian yang lebih spesifik dan kontekstual. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut.

Penelitian ini penting karena loyalitas pelanggan sangat menentukan keberlangsungan bisnis café. Atmosfer, kualitas layanan, dan desain interior adalah faktor utama yang memengaruhi pengalaman pelanggan, namun jarang diteliti secara bersamaan. Studi ini juga relevan secara praktis, khususnya di Banyuwangi yang berkembang dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Dengan demikian, saya tertarik melakukan penelitian ini dengan harapan dapat mengetahui apakah café atmosfer, kualitas layanan, serta desain interior memiliki dampak terhadap loyalitas pelanggan café lir-ilir kecamatan genteng kabupaten banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

Banyak café yang bersaing dengan mengandalkan atmosfer, layanan, dan desain interior. Namun, belum jelas sejauh mana faktor-faktor ini berdampak terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, saya selaku penulis ingin menguji dan memastikan bahwa:

- 1.2.1 Apakah café atmosfer memiliki dampak terhadap loyalitas pelanggan di Café Lir-Iilir Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi?
- 1.2.2 Apakah kualitas layanan memiliki dampak terhadap loyalitas pelanggan di Café Lir-Iilir Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi?
- 1.2.3 Apakah desain interior memiliki dampak terhadap loyalitas pelanggan di Café Lir-Iilir Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi?
- 1.2.4 Apakah café atmosfer, kualitas layanan, dan desain interior secara bersama-sama memiliki dampak terhadap loyalitas pelanggan di Café Lir-Iilir Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak atmosfer café, kualitas layanan, dan desain interior terhadap loyalitas pelanggan pada Lir-Iilir Social House di Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut, kajian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang aspek-aspek yang berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di café.

1.4.1 Bagi Perusahaan

- 1.4.1.1 Menyediakan informasi yang relevan kepada pemilik dan manajemen café guna menyusun strategi yang lebih optimal dalam upaya meningkatkan pengalaman pelanggan.
- 1.4.1.2 Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan landasan dalam meningkatkan atmosfer café, memperbaiki kualitas layanan, serta mengoptimalkan desain interior guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.4.2 Bagi Almamater

- 1.4.2.1 Memberikan kontribusi akademik bagi almamater, khususnya dalam pengembangan ilmu manajemen dan pemasaran.
- 1.4.2.2 Studi ini berfungsi sebagai acuan bagi mahasiswa dan akademisi yang berminat untuk meneliti kajian serupa.

1.4.3 Bagi Penulis

- 1.4.3.1 Memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan yang lebih menyeluruh mengenai variabel-variabel yang berdampak pada loyalitas pelanggan dalam industri café.
- 1.4.3.2 Penelitian ini juga menjadi pengalaman akademik yang berharga dalam menerapkan teori ke dalam praktik penelitian yang nyata.

