

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Peningkatan perekonomian di Indonesia diikuti dengan meningkatnya penghasilan masyarakat. Hal itu dapat merubah pola hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif. Berkembangnya pola hidup mendorong semakin banyak pengusaha yang mendirikan bisnis pusat perbelanjaan dan tempat nongkrong. Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah *coffee shop*. Marsum (2005) menjelaskan bahwa kafe merupakan tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran. Kebanyakan kafe tidak menyajikan makanan berat namun lebih berfokus pada menu makanan ringan seperti kue, roti, sup, dan minuman.

Kafe merupakan usaha yang saat ini mudah sekali untuk kita temui. Bukan hanya di daerah perkotaan, bahkan di daerah pinggir kota pun tak jarang kita melihat berdiri sebuah bisnis kafe. Semakin banyaknya kafe yang bermunculan, membuat masing-masing pemain di industri ini harus pandai dalam melakukan diferensiasi. Hal itu juga membuat persaingan menjadi ketat dan saling berkompetisi dalam merebut pasar serta menarik konsumen tersebut agar melakukan pembelian sehingga menjadi loyal untuk terus mengunjungi kafe tersebut.

Lovelock & Wirtz (2011) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah karena semakin mahalnya biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim

kompetisi yang semakin ketat. Selain itu dalam konteks bisnis, loyalitas dijelaskan sebagai keinginan pelanggan untuk terus berlangganan pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, dan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada teman dan kolega.

Banyak kafe yang sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka waktu yang lama, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Menurut Zeithaml et al dalam Saputra (2011) perusahaan yang mengembangkan dan mempertahankan loyalitas konsumen akan memperoleh kesuksesan jangka panjang. Terjadinya loyalitas pada pelanggan disebabkan oleh pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan dengan produk atau jasa tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus. Pelanggan juga dapat menjadi loyal karena mereka puas dengan produk atau jasa tersebut, sehingga ingin terus melanjutkan hubungan dengan perusahaan.

Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Kotler *et al*, 2006). Loyalitas menggambarkan suatu komitmen pelanggan untuk melakukan bisnis dengan organisasi, dengan membeli barang dan jasa secara berulang, dan merekomendasikan jasa dan produknya kepada teman dan kelompoknya (McIlroy & Barnett, 2000). Kafe yang ingin mempertahankan loyalitas pelanggannya harus memperhatikan beberapa hal, seperti *product diversity* (keragaman produk), *atmosfer* kafe dan harga.

Semakin beragamnya jenis produk yang dijual di suatu tempat maka konsumen akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain dan hal serupa akan ia ulangi untuk pembelian berikutnya. Kotler (2009) menyatakan bahwa keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian Ekawati

(2013) dan Rorimpandey, *et al.* (2017) yang membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Harga produk merupakan hal yang juga diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Umumnya konsumen akan loyal ketika harga produk dirasa terjangkau bagi mereka. Tjiptono (2008) bahwa suatu hal yang lazim bahwa seorang konsumen menginginkan produk yang baik dengan harga terjangkau, dan inilah mengapa faktor harga menjadi penting. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran tersebut yang akan mendatangkan laba bagi pelaku usaha. Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penelitian Ekawati (2013), Oematan dan Subagio (2015) serta Tomida dan Satrio (2016) yang membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pelanggan kini lebih selektif dalam memilih suatu kafe, yang membuat makin uniknya dekorasi kafe di berbagai wilayah. Salah satu keunikan tersebut diwujudkan dalam bentuk suasana atau *atmosfer* toko. Kotler & Keller (2007) menemukan bahwa timbulnya minat konsumen dalam melakukan pembelian, juga dipengaruhi oleh strategi yang diterapkan pelaku usaha yaitu produk yang bagus dan menarik, suasana toko yang nyaman serta pelayanan yang memuaskan. Salah satu strategi pemasaran yang dapat adalah dengan menciptakan store *atmosphere* yang aman dan nyaman agar dapat memberi kesan menarik kepada konsumen sehingga menimbulkan kesenangan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk mengunjungi toko tersebut kembali. Penelitian Oematan dan Subagio (2015) dan Rorimpandey, *et al.* (2017) membuktikan bahwa *atmosfer* toko memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat *gap research* mengenai pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Ekawati (2013), Oematan dan Subagio (2015) serta Tomida dan Satrio (2016) yang membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan

Pongoh (2013) membuktikan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas dapat dipengaruhi oleh kekuatan yang dibangun oleh pesaing, dengan menawarkan keuntungan harga yang lebih dengan total bonus yang berlebihan bahkan untuk periode yang cukup lama.

Salah satu usaha kafe yang terdapat di Banyuwangi adalah Warung kopi Cak Wang. Awalnya warung kopi Cak Wang hanya berada di Jember, namun kini Cak Wang membuka cabang diberbagai wilayah, termasuk Banyuwangi. Warung kopi Cak Wang merupakan kedai kopi yang cukup terkenal dan menjadi favorit para mahasiswa, pelajar serta khalayak muda. Warung kopi Cak Wang menyediakan berbagai macam jenis seduhan kopi spesial arabika dari seluruh daerah Indonesia, Warung Kopi Cak Wang juga menyediakan berbagai menu lainnya dengan harga yang relatif terjangkau.

Tabel 1.1: Varian Kopi di Warung Kopi Cakwang

No	Cakwang		Cangkir Cafe		Cofeezone	
	Produk	Harga	Produk	Harga	Produk	Harga
1	Kopi reguler	3.000	<i>Ristretto</i>	6.000	Babycino	8.000
2	Kopi susu reguler	4.000	<i>Americano</i>	8.000	Espresso	10.000
3	Kopi premium	5.000	<i>Espresso</i>	10.000	Piccolo	14.000
4	Kopi susu premium	6.000	<i>Affogato</i>	10.000	Americano	16.000
5	Es kopi banjir	8.000	<i>Traditional coffe</i>	10.000	<i>Cofe latte</i>	18.000
6	<i>Espresso</i>	9.000	<i>Vietnam drip</i>	12.000	Flat white	18.000
7	<i>Cappucino</i>	12.000	<i>Cappuccino</i>	12.000	<i>Cappuccino</i>	18.000
8	<i>Coffee latte</i>	15.000	<i>Cofe latte</i>	14.000	Mocha	19.000
9	<i>Caramel latte</i>	16.000	<i>Moda latte</i>	14.000	<i>Affogatto</i>	20.000
10	<i>Vanilla latte</i>	16.000	<i>Caramel latte</i>	14.000	-	-
11	<i>Hazelnut latte</i>	16.000	<i>Green tea latte</i>	14.000	-	-
12	<i>Ice cappucino</i>	16.000	-	-	-	-

Sumber: Data Sekunder Tahun 2017

Warung Kopi Cak Wang menyediakan dua jenis kopi, yakni kopi reguler dengan harga yang murah dan kopi special dengan harga yang lebih tinggi. Kopi pada nomer satu sampai lima merupakan kopi reguler yang dijual dengan harga murah, yakni dibawah Rp 10.000. Sedangkan kopi pada nomer enam sampai dua belas merupakan kopi spesial. Kopi tersebut dikatakan spesial karena mempunyai rasa kopi yang berbeda dibanding kopi biasa. Komposisi bahan kopi tersebut juga berbeda dengan kopi biasa. Sehingga tak heran jika harga kopi spesial jauh lebih

mahal dibanding kopi biasa. Jika dibandingkan dengan pesaingnya, Cangkir Cafe dan Cofeezone tidak menyediakan kopi reguler sebanyak Cak Wang. Cangkir Cafe hanya menyediakan kopi reguler sebanyak dua menu dan Cofeezone hanya menyediakan kopi reguler sebanyak satu menu. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa Cak Wang memiliki menu yang lebih beragam dan harga yang lebih terjangkau.

Berbagai menu kopi yang ditawarkan oleh Warung Kopi Cak Wang membuat konsumen memiliki berbagai alternatif pilihan kopi. Keragaman menu kopi tersebut menjadi pertimbangan bagi pelanggan untuk berkumpul dan membeli kopi di Warung Kopi Cak Wang. Pada saat pelanggan membutuhkan tempat berkumpul dan ngopi, berbagai jenis kopi sudah disediakan oleh Warung Kopi Cak Wang. Selain itu pelanggan juga dapat memesan jenis minuman lain seperti *juice* dan *ice milk* serta disediakan juga beberapa makanan ringan. Warung Kopi Cak Wang menyadari bahwa keragaman produk di suatu kafe menjadi pertimbangan utama pelanggan ketika akan memilih tempat berkumpul.

Tabel 1.2: Pengunjung Warung Kopi Cak Wang Periode November 2016 - November 2017

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung (orang)</b>
<b>1</b>	November 2016	1.198
<b>2</b>	Desember 2016	1.345
<b>3</b>	Januari 2017	1.052
<b>4</b>	Februari 2017	1.297
<b>5</b>	Maret 2017	1.173
<b>6</b>	April 2017	1.177
<b>7</b>	Mei 2017	1.191
<b>8</b>	Juni 2017	921
<b>9</b>	Juli 2017	559
<b>10</b>	Agustus 2017	593
<b>11</b>	September 2017	603
<b>12</b>	Oktober 2017	971
<b>13</b>	November 2017	920
	<b>Total</b>	13.000
	<b>Rata-rata</b>	1.000

Sumber: Warung Kopi Cak Wang Banyuwangi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah pengunjung Warung Kopi Cak Wang setiap bulan dari bulan November tahun 2016 sampai bulan November

tahun 2017. Setiap bulannya jumlah pengunjung Warung Kopi Cak Wang berfluktuasi, terkadang mengalami penurunan terkadang juga mengalami peningkatan. Jumlah pengunjung terbesar terjadi pada bulan Desember tahun 2016, sedangkan jumlah pengunjung terkecil terjadi pada bulan Juli tahun 2017. Penurunan pengunjung pada bulan Juli 2017 kemungkinan terjadi karena pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan ramadhan. Berbeda dengan tahun 2016, jumlah pengunjung pada akhir tahun 2017 tidak mampu menembus angka seribu. Hal itu menunjukkan bahwa terdapat kemungkinan terjadinya penurunan loyalitas pelanggan sehingga mereka berpindah ke kafe lain.

Konsumen memiliki pertimbangan tersendiri dalam memilih kafe yang akan dikunjunginya. Dari berbagai pertimbangan tersebut terdapat satu hal yang menjadi alasan utama dalam pengambilan keputusan, baik dari faktor ragam produk yang dijual, harga produk dan suasana kafe. Saat ini jumlah kafe di Banyuwangi cukup banyak, bahkan diperkirakan akan terus bertambah. Terdapat kafe yang memiliki ragam menu seperti Cak Wang, bahkan beberapa kafe menawarkan menu yang lebih beragam dibandingkan Cak Wang. Hal ini tentunya akan membuat konsumen Cak Wang tertarik untuk mengunjungi kafe lain karena ingin mencoba varian rasa baru dari kopi yang ditawarkan. Selain menu yang lebih beragam, juga terdapat kafe yang muncul dengan menu-menu yang lebih murah. Konsumen Cak Wang yang sedang kekurangan uang juga memiliki potensi untuk berpindah ke kafe lain yang menawarkan menu dengan harga yang murah.

Ketika konsumen masuk ke suatu kafe mereka tidak hanya memberikan penilaian mengenai menu dan harga, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan yang diciptakan melalui dekorasi yang kreatif dan desain bangunan yang menarik. Persaingan yang cukup ketat membuat beberapa kafe mendesain kedainya sedemikian rupa agar terlihat menarik, sehingga membuat suasana kafe menjadi lebih nyaman. Hal inilah yang belum dilakukan oleh Cak Wang Banyuwangi, sehingga tidak heran jika beberapa konsumen berpindah ke kafe lain yang memiliki suasana kafe yang lebih menarik.

Berdasarkan table 1.2 dapat dilihat bahwa terdapat indikasi penurunan jumlah pengunjung. Penurunan loyalitas pelanggan merupakan hal yang tidak baik

bagi suatu usaha, karena itu sangat penting bagi Cak Wang untuk mempertahankan pelanggannya. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *product diversity*, *atmosfer* kafe dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *product diversity* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi?
2. Apakah *atmosfer* kafe berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh signifikan *product diversity* terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi
2. Menguji pengaruh signifikan *atmosfer* kafe terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi
3. Menguji pengaruh signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat bagi akademisi dan praktisi, yakni:

1. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan analisis loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi sumbangan bagi khazanah

ilmu pengetahuan, bidang ilmu manajemen pemasaran pada umumnya serta menambah khazanah perpustakaan.

2. Bagi perusahaan

Membantu mengidentifikasi dan memberi pertimbangan secara lebih lanjut mengenai pengaruh *product diversity*, *atmosfer* kafe dan harga terhadap loyalitas pelanggan

