

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama berupa peningkatan laba usaha. Peningkatan laba usaha diperoleh dari hasil penjualan produk berupa barang dan jasa. Peningkatan hasil penjualan perusahaan berasal dari peningkatan pembelian produk oleh pelanggan lama dan pelanggan baru. Jika para pelanggan memberi respon berupa komentar positif, merekomendasikan kepada orang lain, bangga menjadi pelanggan, sering berkunjung dan mengadukan masalah pelayanan atau fasilitas, hal tersebut menunjukkan adanya loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat untuk membeli ulang terhadap suatu produk atau jasa secara konsisten di waktu yang akan datang dengan demikian mengakibatkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun dipengaruhi situasi dan upaya pemasaran yang mempunyai potensi untuk menyebabkan tindakan berpindah ke pihak lain (Oliver, 2010).

Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh ke pesaing yang lain. Jika loyalitas pelanggan telah tercipta di pelanggan lama dan pelanggan baru, maka hal tersebut menguntungkan bagi perusahaan. Loyalitas pelanggan dipengaruhi berbagai faktor pendukung. Faktor-faktor yang mempengaruhi terciptanya loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga (Lupiyoadi, 2001).

Kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas Pelayanan dan kualitas produk memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kuat dengan pelanggan. Ikatan

tersebut menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan pada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang memuaskan. Sedangkan harga suatu produk berupa barang dan jasa yang diterima pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kesesuaian harga dalam jangka panjang menciptakan loyalitas pelanggan (Sangadji, 2013)

Usaha di bidang kuliner yang sedang naik daun adalah usaha *coffee shop* lokal (*medanbisnisdaily.com*). Usaha *coffee shop* ada yang berasal dari luar negeri dan lokal. Salah satu *coffee shop* lokal yang terbesar di Kota Medan adalah Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan. Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan menyajikan berbagai minuman dan makanan. Minuman yang laris dibeli pelanggan adalah kopi sanger. Kopi sanger adalah minuman kopi khas Aceh dengan tambahan susu. Pada penelitian ini, berfokus pada loyalitas pelanggan terhadap minuman kopi sanger baik yang disajikan dingin atau panas. Fenomena loyalitas pelanggan seperti banyak pelanggan yang merekomendasikan kepada orang lain bahwa minuman sanger dingin di Grand Keude Kupie Ulee Kareng enak dan peningkatan frekuensi pelanggan yang datang kembali ke Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan. Penilaian kualitas produk pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan tampak seperti rasa minumannya yang enak, sesuai dengan selera pelanggan, porsi yang disajikan sesuai standar, memiliki beragam jenis makanan dan minuman, tampilan minuman yang disajikan menarik, bersih dan terjamin keamanannya bagi pelanggan. Berbagai fenomena kualitas pelayanan pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan seperti memiliki fasilitas yang bersih dan nyaman, dekorasi tempat yang unik, lokasi parkir yang luas, karyawan melayani pesanan dengan tepat, memiliki

keterampilan yang baik, bertindak cepat dalam merespon masalah pelanggan, menguasai informasi menu yang dijual, komunikatif pada pelanggan. Berbagai indikator harga seperti harga minuman yang disajikan terjangkau bagi pelanggan, harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang pelanggan terima, harga yang tertera bersaing dengan kedai kopi sejenis di Medan baik yang berasal dari local dan luar negeri. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik meneliti hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan. Kemudian menuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Faktor – Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan ?
4. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan.
3. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan.
4. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari laporan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan suatu manfaat, baik langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh dalam bangku perkuliahan ke masa yang akan datang

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna kepada pihak Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memperbaiki masalah yang berkaitan melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.

3. Bagi Universitas

Sebagai pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan melengkapi bahan referensi literatur bagi mahasiswa lainnya di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

