

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain khususnya yang bergerak pada bidang kuliner. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggannya, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menumbuhkan minat pelanggan untuk keputusan pembelian.

Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang berkomitmen untuk meningkatkan penjualannya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan pesaingnya adalah memberikan nilai lebih kepada pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan melalui penyampaian produk dan berbagai macam varian menu dengan memberikan pelayanan jasa yang berkualitas. Dunia kuliner saat ini di Indonesia pada umumnya dan di Kecamatan Kayu Aro khususnya, sedang mengalami kemajuan yang sangat pesat. Perusahaan seringkali dihadapkan pada berbagai masalah, seperti kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya, adanya persaingan yang ketat dari perusahaan sejenis, semakin kompleksnya perilaku

konsumen terhadap suatu produk, selera konsumen berubah-ubah, serta kondisi ekonomi yang kurang menentu.

Tabel 1.1 Daftar Café pada Kecamatan Kayu Aro

| No | Nama | Alamat |
|-----|------------------------------|--|
| 1. | Top Café & Resto | Jl. Pasar Minggu |
| 2. | Royal Nusantara Café & Resto | Jl. Bedeng Delapan |
| 3. | Nayla Coffe | Jl. Mekar Jaya |
| 4. | Coffe Prima | Jl. R10 Arah PPA Gunung Kerinci, Via Tugu Macan |
| -5. | Dhian Café & Resto | Jl. Lintas Kersik Tuo |
| 6. | Café MW Muri | Jl. Lintas Kersik Tuo |
| 7. | Café Loko | Jl. Lintas Padang- Sungai Penuh Desa Batang Sanggir |
| 8. | Shelter Coffee | Jl. Tanjung Bungo Luar |

Sumber : data september 2024

Kelebihan Dari Cfe Loko Cafe Loko merupakan salah satu pilihan mereka karena Cafe Loko dinilai tidak hanya sekedar menjual makanan dan minuman namun sekaligus menawarkan kenyamanan fasilitas bagi pengunjungnya. Hal tersebut membuat pengunjung bahkan menghabiskan waktu berjam-jam baik sekedar untuk melakukan hangout bersama teman atau keluarga ataubahkan meeting dengan klien. Cafe Loko merupakan suatu usaha dibidang minuman dan makanan yang dikelola secara praktis dengan menawarkan tingkat pelayanan bagi para konsumen secara menyeluruh dan ramah. Selain tempat makan dan minum, cafe Loko banyak memberikan manfaat bagi para pengunjung yang datang seperti sebagai tempat untuk menghilangkan kejenuhan dan kelelahan konsumen dan menciptakan suasana yang

damai dan ramai bagi para pelanggan. Café Loko terletak di desa Batang Sangir Kec. Kayu Aro, Café Loko yang bertemakan anak muda dan menjual atau menyajikan menu-menu yang sangat digemari kaum milenial sekarang seperti minuman bubble/boba, kopi, coklat, snack ringan, aneka makanan nusantara, yang merupakan menu andalan dari cafe ini dengan berbagai varian rasa dan juga pilihan sebagai produk utama. Penulis memilih dan memutuskan cafe ini sebagai objek penelitian semata-mata ingin mengetahui lebih dalam lagi mengenai alasan berdirinya cafe Loko ini ditengah terpaan banyaknya Cafe-Cafe dan restoran dengan gaya yang sama yang muncul menjadi saingan dagang Cafe ini, dan juga alasan yang mendasari konsumen tetap setia mengkonsumsi produk-produk Cafe Loko.

Dengan semua kelebihan ini, café loko bukan hanya sekadar tempat untuk minum kopi, tetapi juga pusat sosial dan kreativitas yang menyatukan orang-orang dari berbagai latar belakang.

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung café loko per bulan tahun 2024

| No | Bulan | Jumlah Pengunjung |
|----|----------|-------------------|
| 1. | Januari | 600 |
| 2. | Febuari | 587 |
| 3. | Maret | 508 |
| 4. | April | 480 |
| 5. | Mei | 555 |
| 6. | Juni | 487 |
| 7. | Juli | 858 |
| 8. | Agustus | 730 |
| 9. | Setember | 698 |

Sumber : Café Loko 2024

Jumlah pengunjung rata-rata per bulan pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa yang paling banyak pengunjung pada bulan juli dengan jumlah sebanyak 858 pengunjung, sedangkan jumlah pengunjung rata-rata setiap bulannya yang paling sedikit yaitu bulan april dengan jumlah sebanyak 480 pengunjung. Berdasarkan data tersebut, penulis memilih (Café Loko) sebagai objek yang akan diteliti karena Café Loko adalah cafe yang paling banyak jumlah pengunjung rata-rata setiap bulannya jika dibandingkan dengan café lainnya.

Loyalitas pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap sebuah produk, mempunyai komitmen terhadap produk tersebut dan bermaksud melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Loyalitas pelanggan sangatlah mempengaruhi kemajuan usaha sebuah perusahaan karena biaya yang dibutuhkan untuk menarik seorang pelanggan jauh lebih besar bila dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan satu orang pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan para pelanggannya dengan cara meningkatkan loyalitas.

Langkah yang ditempuh untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memberikan prioritas yang lebih besar pada pelanggan lama dibandingkan prioritas untuk mendapatkan pelanggan baru atau kesetiaan pelanggan. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan berdasarkan kepuasan murni dan terus-menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan.

Fenomena Loyalitas pelanggan bisa ditentukan oleh banyak faktor, kepuasan konsumen tidak melulu di nilai dari rasa dari makanan atau minuman yang disajikan

Cafe atau resto, bisa juga didapatkan dari varian menu yang banyak, suasana Cafe, pelayanan yang baik, dan juga harga yang sesuai. Dan ini sejalan dengan apa yang ingin diteliti oleh penulis yaitu pengaruh hal-hal tersebut terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Yang bisa disimpulkan bahwa semakin pelanggan merasa mendapatkan apa yang diinginkan itu akan menjadikan pelanggan puas akan hal apa yang diinginkan dan hal itu pula yang menjadi alasan untuk konsumen akan melakukan pembelian produk atau kunjungan ulang.

Variasi menu adalah susunan makanan yang berbeda dalam setiap penyajiannya. Indikator variasi menu menurut Kotler (2010) adalah rasa, yang meliputi rasa manis, pahit, dan asam. Variasi menu juga bisa berarti fitur yang memungkinkan pelanggan untuk menyesuaikan menu yang dipesannya sesuai keinginan. Misalnya, pelanggan bisa memilih rasa, topping, ukuran, level kepedasan, atau kombinasi bahan-bahan. Variasi menu bisa menjadi salah satu komponen penting dalam persaingan bisnis kuliner. Menu yang lengkap, mulai dari rasa, jenis makanan dan minuman, dan ketersediaan produk setiap saat, dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian.

Fenomena varian menu Variasi menu yang ditawarkan oleh cafe merupakan hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam kunjungan, maka diharapkan pihak manajemen cafe menyediakan menu yang variative dan tidak monoton agar konsumen tidak bosan dan merasa bahwa cafe ini tidak memiliki keistimewaan dibanding cafe sejenis.

Pengalaman pelanggan menurut Thompson dan Kolsky (dalam Bagasworo dan Hardiani, 2016:111) adalah sebagai akumulasi dari semua kejadian yang disadari oleh pelanggan mengenai bagaimana produk, merek dan mencakup pelayanan yang didapat. Sebuah pengalaman yang utuh dapat diperoleh pelanggan melalui lima komponen utama yang menggabungkan dimensi jarak. Dari pengertian di atas maka customer experience atau pengalaman pelanggan merujuk pada pengalaman nyata pelanggan terhadap merek, produk atau pelayanan untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran merek.

Fenomena pengalaman pelanggan merupakan hasil dari gabungan persepsi emosional atau rasional pelanggan pada saat interaksi langsung atau tidak langsung dalam suatu bisnis. Pengalaman pelanggan merupakan pengalaman yang dapat menciptakan nilai pribadi menjadikan minat pelanggan pada produk atau jasa maupun perusahaan sehingga memiliki pengaruh dalam bisnis menjadi lebih sukses.

Suasana cafe adalah beberapa hal yang dilakukan oleh pemilik cafe atau penjual/penyaji makanan terhadap kondisi atau keadaan dalam ruangan, suasana cafe juga telah berkembang dengan melakukan beberapa hal yang berkaitan dengan kenyamanan konsumen yang kebanyakan berasal dari kaum milenial yang mendorong pemilik cafe juga memberikan suasana cafe yang mendukung untuk sosial media atau sering disebut dengan instagrameable bagi kaum milenial. Oleh karena itu, suasana di dalam cafe sangat penting dalam mempengaruhi minat kunjungan konsumen, cafe yang mampu menciptakan suasana yang menyenangkan

serta nyaman bagi konsumen akan lebih menarik minat konsumen untuk berkunjung.

Fenomena yang ditemui yaitu berkembang pesatnya bisnis Cafe di kayu aro dan banyak bermunculan cafe baru dengan konsep yang berbeda. Ketika banyak bermunculan Cafe baru, ini akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan. Cafe yang tidak kuat akan dengan mudah dikalahkan oleh pesaingnya. Cafe ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk bersantai bersama teman atau keluarga, bersosialisasi dengan rekan bisnis dan bahkan ada juga yang datang untuk menikmati suasana kesendirian. Maka dari itu pelaku bisnis harus mampu mempersiapkan strategi yang tepat untuk merebut pasar dan memenangkan persaingan. Salah satunya dengan memperhatikan aspek yang ditawarkan melalui strategi pemasaran yang fokus pada bagaimana untuk mampu memberikan pengalaman berbeda dan mampu menyentuh emosi dan perasaan pelanggan.

Café loko memiliki kesan yang berbeda serta menarik pelanggan agar berkunjung setiap hari untuk menghabiskan waktu luang bersama kerabat atau teman yang hal itu memberikan suatu daya tarik tersendiri dari varian menu yang akan disajikan oleh cafe tersebut untuk tidak menciptakan rasa bosan dari setiap konsumen atau pelanggan.

Cafe Loko dapat mengoptimalkan layanan dan meningkatkan Loyalitas pelanggan sehingga kunjungan pelanggan akan meningkat. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan pelanggan di sektor makanan dan

minuman. Minat berkunjung adalah perasaan serta keinginan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi.

Dalam hal ini, penelitian terfokus pada satu cafe yang mempunyai aspek persaingan dan fenomena varian menu, pengalaman pelanggan dan suasana di Cafe Loko. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik ingin meneliti apakah variasi menu, pengalaman pelanggan dan suasana cafe memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Loko Batang sangir Kecamatan Kayu aro. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi untuk meningkatkan minat kunjungan pelanggan di Cafe Loko.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Varian Menu, Pengalaman Pelanggan Dan Suasana Café Terhadap Loloyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Café Loko)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh antara Varian Menu terhadap Loyalitas Pelanggan Café Loko secara persial dan berapa besar pengaruhnya?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Loko secara persial dan berapa besar pengaruhnya?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Suasana Cafe terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Loko secara persial dan berapa besar pengaruhnya?

4. Apakah terdapat pengaruh Varian Menu, Pengalaman Pelanggan dan Suasana cafe terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Loko secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Varian Menu terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Loko secara persial dan berapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Loko secara persial dan berapa besar pengaruhnya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Cafe terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Loko secara persial dan berapa besar pengaruhnya.
4. Untuk mengetahui Varian Menu, Pengalaman Pelanggan dan Suasana cafe terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Loko secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan di penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang bisa didapatkan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk membuktikan teori dan mendukung penelitian sebelumnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- b. Bisa memberi pemikiran secara teoritis dan ilmiah dalam perkembangan pengetahuan dan pengembangan kreatifitas serta

inovasi tentang variasi menu dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

2) Manfaat Praktis

Bagi wirausahawan : hasil penelitian dapat digunakan antara lain:

- a. Analisis tantangan serta permasalahan yang kecil dialami usaha Café Loko dan secara komperhensif, faktor-faktor yang dari luar (Eksternal) dan dari dalam (Internal) Cafe Loko.

Penetapan strategi yang sesuai guna keberhasilan pengembangan kraetifitas dan inovasi pelayanan dari Café Loko yang bertempat di Desa Batang Sangir Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci

