

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini persaingan ekonomi semakin sengit, di sisi lain lingkungan menuntut untuk terus maju. Bandung merupakan salah satu kota pariwisata yang menjadi salah satu tujuan destinasi para wisatawan. Meningkatnya tempat pariwisata di kota Bandung menjadi salah satu hal investasi dalam bidang kuliner saat ini. Pemerintah memberikan perhatian bagi perkembangan kepariwisataan yang tujuannya adalah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat yang baik, dan menjadikan industri pariwisata sebagai hal yang potensial dalam upaya pemasukan pendapatan daerah.

Kota Bandung terkenal dengan kota pariwisatanya yang indah dan cuacanya yang sejuk, Bandung pun dianggap menjadi kota tujuan bagi yang mempunyai hobi berbelanja dan menyukai wisata kuliner, ini terlihat dengan adanya banyak yang berjualan di pinggir jalan hingga cafe dan tempat makan yang terkenal banyak di perbincangkan oleh orang banyak dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Industri kreatif khususnya cafe memiliki potensi yang cerah bagi pelaku usaha di Bandung. Perkembangan industri cafe yang sangat pesat menjadi potensi bisnis besar yang memberikan peluang usaha kreatif. Industri kuliner di Bandung kian meningkat signifikan seiring bermunculan berbagai kuliner dan cafe yang memberikan keunikan tersendiri. Seiring perkembangan dunia bisnis khususnya bisnis cafe yang semakin ketat maka suatu cafe dituntut untuk benar-benar memahami dinamika selera konsumen yang menjadi target pasarnya dan bagaimana cara memuaskan pelanggan agar kembali membeli dan menarik pelanggan baru untuk membeli. Melihat perkembangan tersebut para *owner*

dituntut memberikan kualitas pelayanan yang baik agar dapat memuaskan para konsumennya. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen.

Layanan *service* untuk saat ini tidak harus selalu dalam hal pelayanan jasa saja, tetapi dalam hal bidang kuliner pun penting sehingga menghasilkan kepuasan pada konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas, banyak manfaat bila konsumen sudah loyal terhadap kita yaitu dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektifitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992). Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen (Elu, 2005). Kualitas layanan merupakan suatu hal yang harus di wujudkan dan di jadikan hal untuk lebih baik lagi sehingga terjadinya “loyalitas”.

Kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning* dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa (Tjiptono & G. Chandra, 2005). Menurut para akademisi kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan di pengaruhi oleh kualitas layanan (Oliver, 1980).

Adapun lima faktor penentu (dimensi) kualitas pelayanan yang di paparkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry (1998) yang terdapat dimensi determinan kualitas jasa antara lain :

1. Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan kegiatan jasa yang disajikan dengan tepat dan terpercaya.

2. Daya Tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan sebaik mungkin.
3. Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya diri konsumen terhadap perusahaan.
4. Empati (*emphaty*) Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.
5. Berwujud (*Tangible*) yaitu penampilan fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi

Menurut Hutabarat (1997), kualitas layanan adalah “senjata ampuh dalam perusahaan terutama perusahaan jasa. Penelitian Hutabarat (1997) menunjukkan adanya korelasi kuat antara kualitas pelayanan yang diterima pelanggan dengan pangsa pasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi pangsa pasar adalah peningkatan kualitas layanan. Kualitas layanan menjadi pemicu keberhasilan perusahaan pada segala lini.

Penelitian terdahulu dari Sadi (2009) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dalam penelitian ini tidak terbukti berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian lainnya dari Zeithaml et.al (1996) menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi loyalitas pelanggan. Kaitan antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan juga di kemukakan oleh Parasuraman (1998) dalam Agung (2006) yaitu bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen untuk loyal terhadap suatu produk/layanan.

Dari penelitian terdahulu, terdapat perbedaan hasil penelitian dimana penelitian dari Sadi (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan sedangkan penelitian dari Zeithan et. al (1996) dan Parasuraman (1998) dalam Agung (2006) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian ini, peneliti mengangkat permasalahan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Salah satu cafe dengan lokasi yang strategis di sekitar kota Bandung tepatnya di sekitar jalan Surya Sumantri yang memiliki jalur akses cukup ramai adalah Anata Cafe Resto. Anata merupakan salonyang terkenal, cabangnya juga cukup banyak tersebar di kota Bandung, tapi mungkin mereka ingin memperluas jenis bisnis mereka, yaitu dengan bisnis kuliner. Anata memiliki 3 ruang cafe dan dengan tempat terpisah jadi tidak dalam satu gedung. Desain ruangnya simple namun kesan rapi tetap diutamakan. Ornamen hiasan dinding ditata dengan sejajar, permainan warna dan aksesoris lampu ruangan berupa LED *light* memberi kesan seperti di *studio* pada ruangan depan ini. Ada *mini bar* tempat *mini cake* dipajang, dan juga butik kecil didepannya dan pelayanan yang diberikan di cafe Anata terbilang cukup baik dengan pelayan yang ramah dan cepat.

Disekitar jalan Surya sumantri saat ini mulai muncul beberapa cafe yang sedang berkembang dengan keberagaman pelayanan yang di tawarkan dan inovasi yang berbeda. Apakah konsumen anata resto cafe tetap loyal terhadap anata cafe atau sebaliknya

Peneliti melakukan penelitian terlebih dahulu di anata cafe resto dengan memberikan pertanyaan tentang anata cafe resto kepada 30 sampel mahasiswa maranatha yang mengunjungi anata cafe resto, didapatkan hasil bahwa 80% dari sampel berpendapat bahwa pelayanan di anata cafe baik, dan didapatkan hasil meskipun pelayanan anata cafe bisa terbilang baik tetapi kedatangan pelanggan ke cafe masih jarang dan dari hasil yang diteliti pelanggan belum tentu merekomendasikan anata cafe resto kepada orang lain. Dari hasil penelitian terdahulu didapati hasil bahwa dari penelitian Zeithan et.al (1996) dan Parasuraman (1998) dalam Agung (2006) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, yang berarti kualitas layanan bisa merubah pola perilaku konsumen itu sendiri untuk menjadi loyal terhadap perusahaan.

Berdasarkan hal diatas penulis berniat untuk menganalisis sebuah cafe yaitu Anata Café Resto Maka dari itu penulis berniat mengambil judul penelitian “ **Pengaruh Service**

Quality Pada Loyalitas Konsumen (Studi pada : Anata Cafe Resto terhadap konsumen di Universitas Kristen Maranatha)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di lampirkan di atas, maka telah di rumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh antara *service quality* terhadap loyalitas konsumen di Anata Cafe Resto?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis adanya pengaruh antara *service quality* terhadap loyalitas konsumen di Anata Cafe Resto

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan Anata cafe resto, sebagai acuan dalam manajemen perusahaan untuk melayani dengan *service quality* yang baik. Dan juga sebagai masukan bagi anata cafe resto untuk menentukan strategi yang di ambil dalam pengambilan keputusan guna untuk meningkatkan kualitas layanan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini di harapkan untuk dapat menambah pengetahuan baik pembahasan kualitas layanan maupun loyalitas konsumen, atau diharapkan penelitian ini dapat di gunakan sebagai acuan dalam penelitian yang di lakukan berikutnya