BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat secara geografis terletak di tengah-tengah provinsi Jawa Barat dan mempunyai nilai strategis terhadap daerah daerah di sekitarnya terutama DKI Jakarta. Kota Bandung juga merupakan pusat perkembangan dan insdustri, karena itu Bandung juga merupakan daya tarik para urbanisan untuk mencari pekerjaan. Banyaknya pendatang dari daerah ke kota Bandung untuk menuntut ilmu maupun bekerja, menjadikan penduduk Kota Bandung sangat heterogen. Laju Pertumbuhan Penduduk (LPP) kota Bandung sebesar 1,88% dengan Rata-rata kepadatan penduduk Kota Bandung 13.927,48 jiwa/Km2 (Kota Bandung dalam Angka, 2007). Heterogenitas masyarakat Kota Bandung tersebut selain merupakan tantangan bagi Kota Bandung dalam mengelola jumlah penduduk yang besar, juga memberi peluang bagi perkembangan kuliner nusantara di kota Bandung yang dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik destinasi wisatawan dari luar Bandung khususnya dari Ibukota DKI Jakarta. Pada saat ini Bandung selain terkenal dengan daerah wisata belanja, juga terkenal sebagai pusat kuliner, baik kuliner lokal Jawa Barat yaitu aneka macam kuliner sunda mapun kuliner dari berbagai daerah nusantara. Mulai dari tempat kuliner yang eksklusif, mewah dan mahal sampai tempat kuliner yang unik dan tradisional, dari tempat kuliner nongkrong anak muda sampai tempat kuliner di pinggiran jalan semuanya tersedia di Bandung.

Dengan perkembangan jaman saat ini, kuliner adalah salah satu kebutuhan utama pada kalangan muda saat ini, tidak hanya kaum muda tetapi juga para orang tua juga meramaikan dunia kuliner. Makan dan minum bukan lagi menjadi kebutuhan pada masyarakat saat ini,tetapi menjadi gaya hidup untuk setiap kalangan.

Saat ini Bandung sedang ramai pada kuliner di kedai kedai kopi, banyak sekali usaha baru yang mengutamakan kuliner kopi, dari yang berbentuk kedai kecil, sedang hingga gerai kopi terkenal dan saat ini hampir setiap cafe yang ada di Bandung memanfaatkan peluang yang ada dengan menambah menu kopi dengan berbagai varian, bertujuan untuk menarik minat beli pelanggan. Irwansyah, (2015)

Bandung juga terkenal dengan pelayanan yang ramah dibanding di kota kota lain, karna bandung mempunyai mempunyai budaya yang baik.dengan hal itu bisa memikat pelanggan dari segi pelayanan yang baik. Bagus, (2018).

Kualitas pelayanan yang baik tidak terlepas dari sumber daya manusia yang berperan didalamnya untuk kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2007),kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Terdapat lima dimensi kualitas layanan yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas jasa menurut Valerie Zeithaml,A.Parasuraman,dan Leonard Berry yaitu *Tangible, Realibility ,Responsiviness, Assurance ,Empathy*

Selain kualitas pelayanan yang ditingkatakan untuk menarik konsumen, kualitas produk pun harus tetap ditingkatkan. Menurut Sumarni dan

J. Supranto, 1997 dalam Tjiptono, 2006:95 Produk adalah semua yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia kuliner kopi di Bandung saat ini, maka semakin sulit juga bagi sebuah perusahaan untuk dapat menjaga kesetiaan konsumennya agar tidak berpindah ke perusahaan lain. Dewasa ini, konsumen sangat sulit di jaga kesetiaannya, mengingat banyak sekali konsumen yang lebih teliti, lebih menuntut, lebih pintar untuk memilih produk atau pun jasa dengan kualitas terbaik dan harga termurah, serta sangat sulit untuk dipuaskan keinginannya oleh perusahaan. Konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, namun konsumen juga berperan sebagai sumber penghasilan tetap apabila ia melakukan pembelian yang berulang dan rutin, serta merekomendasikan produk atau pun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada teman, keluarga, maupun kerabatnya.

Dengan adanya situasi seperti yang telah di jelaskan di atas, peneliti melihat pentingnya peranan kualitas pelayanan dan kualitas produk mendukung kepuasan pelanggan sehingga dapat menciptakan pelanggan yang loyal. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih jauh dengan topik penelitian: **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN di STARBUCKS CIHAMPELAS WALK "**

1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan uraian yang dipaparkan pada latar belakang, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Starbucks ?
b. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Starbucks?
c. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Starbucks?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Starbucks.
b. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Starbucks.
c. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Starbucks.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berpartisipasi dalam pembuatannya baik secara langsung maupun tidak langsung, antara lain:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti tentang bagaimana sebenarnya kualitas pelayanan dan produk yang nyata terjadi dalam suatu perusahaan dan membandingkannya dengan teori-teori yang telah dipelajari selama ini dalam perkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan saran atau kritik untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produk perusahaan khususnya terhadap loyalitas pelanggan.Perusahaan juga dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dalam upaya mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu dan referensi mengenai kualitas pelayanan dan produk dalam industri layanan jasa dan produk terkait.