

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan dalam dunia usaha membawa akibat timbulnya persaingan yang semakin ketat. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa semakin meningkat, sehingga memicu banyak perusahaan jasa bergerak dibidang jasa yang serupa. Persaingan usaha juga dapat kita lihat dari perkembangan perusahaan yang bergerak dalam bisnis kuliner seperti restoran. Pandemi Covid-19 telah berdampak besar pada tren bisnis restoran.

Hampir sebagian besar perusahaan mengalami penurunan keuntungan setelah adanya pemberlakuan pembatasan sosial. Tidak banyak perusahaan yang harus menutup usahanya, tetapi masih ada perusahaan yang masih bertahan. Tentunya tidak lepas dari kepercayaan konsumen terhadap apa yang diberikan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sehingga menimbulkan rasa kepercayaan dan kenyamanan konsumen yang membuat perusahaan mampu bertahan di era pandemi.

Toko *Le'eut Drink Station* merupakan salah satu perusahaan yang mampu bertahan di era pandemi Covid-19. Toko *Le'eut drink station* itu sendiri merupakan pelaku usaha yang bergerak dalam bisnis restoran sejak tahun 2019. Toko *Le'eut Drink Station* mampu bertahan di masa pandemi Covid-19 karena perusahaan mampu menjaga loyalitas pelanggannya. Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Dalam hal ini loyalitas pelanggan merupakan aspek penting untuk kelangsungan hidup bisnis restoran tentunya hal yang lazim bagi pelaku usaha bisnis restoran dalam menjaga loyalitas pelanggan.

Ada enam alasan mengapa suatu perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya.

1. Pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada perusahaan .

2. Biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada.
3. Pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya.
4. Biaya operasi perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal.
5. Perusahaan dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan.
6. Pelanggan loyal akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Menumbuhkan loyalitas pelanggan menjadi tanggung jawab perusahaan yang harus terus diupayakan. Menumbuhkan loyalitas pelanggan tidak hanya dari segi kualitas produk, harga, promosi, tempat dan segi pelayanan saja, namun juga dari segi *store atmosphere*. *store atmosphere* merupakan gambaran dari lingkungan yang dibentuk untuk menarik konsumen guna melakukan pembelian.

Store atmosphere juga sebagai salah satu sarana komunikasi yang dapat berakibat positif dan menguntungkan, yang dapat dibuat semenarik mungkin dan juga dibuat agar konsumen dapat merasa nyaman berada dalam toko *Le'ut Drink Station*. Apabila konsumen telah merasakan kenyamanan yang diinginkan maka akan mendorong konsumen datang kembali. Menurut Utami (2017:279) *Store atmosphere* memiliki elemen-elemen yang semuanya berpengaruh terhadap suasana toko yang ingin diciptakan. Elemen-elemen *Store atmosphere* terdiri dari komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan aroma.

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis tentang bagaimana kondisi penciptaan suasana berdasarkan elemen-elemen diatas, maka disajikan dalam Tabel 1.1 sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Kondisi Penciptaan Suasana Di toko Le'eut *Drink Station*
Berdasarkan Elemen-Elemen Yang Berkaitan**

Elemen-elemen	Implementasi	Keterangan
Komunikasi Visual	Papan penunjuk arah toko	Tidak adanya penunjuk ke lokasi kafe
	Papan penunjuk area	Sudah berada disudut-sudut dalam kafe
Pencahayaannya	Penerapan lampu di area kafe	adanya lampu di sudut sudut kafe
	Penerapan lampu dengan tema	Kombinasi lampu senja yang harmonis
Warna	Keseuaian warna ruangan dan interior	Penggunaan warna hitam di interior yang kontras
	Penggunaan warna lampu	Warna lampu senja membuat nyaman
Musik	Penerapan <i>sound</i> di area toko	berada disudut-sudut strategis dalam kafe
	Kesesuaian <i>genre</i> dengan tema	Lagu-lagu akustik memberikan suasana santai
Aroma	Kesesuaian tema dengan suasana	Aroma yang kurang tercium dengan tema kafe
	Penerapan pewangi ruangan	Kurangnya aroma indor dan outdoor yang kontras

Sumber: Diolah penulis (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dua elemen *Store atmosphere* yaitu komunikasi visual dan aroma masih belum baik. Hal ini dapat dilihat dari kurang kurangnya menunjuk ke lokasi kafe, kurangnya aroma yang mendominasi di area kafe . sedangkan untuk tiga elemen yang lainnya sudah sangat baik namun harus ada pemaksimalan yang lebih .

Selain *Store atmosphere* yang dapat menumbuhkan loyalitas faktor lainnya itu adalah kualitas pelayanan. Berkaitan dengan kualitas pelayanan terdapat berbagai keluhan diantaranya antrian pelayanan yang memakan waktu, kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai makan dan minuman, serta kerahaman pelayan yang

kurang maksimal menjadi faktor yang hadir dalam bisnis restoran. Untuk memperjelas bagaimana kondisi kualitas pelayanan, maka dapat dilihat dari tabel keluhan konsumen toko Le'ut *Drink Station* pada bulan Agustus-Desember 2021 sebagai berikut :

Tabel 1.2 Keluhan Konsumen Toko Le'ut *Drink Station*

Bulan	Jumlah Keluhan	Keterangan
Agustus	10	-
September	9	Menurun
Oktober	11	Meningkat
November	13	Meningkat
Desember	15	Meningkat

Sumber: Diolah penulis (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa keluhan pelanggan pada toko Le'ut *Drink Station* mengalami peningkatan rata-rata keluhan dari pelanggan yaitu tidak tersedianya lahan parkir sampai antrian yang cukup memakan waktu. Kondisi tersebut akan berdampak buruk bagi toko Le'ut *Drink Station*, pelayan merupakan kunci bagi pelaku bisnis restoran dalam bersaing. Selain bersaing dalam produk yang disuguhkan kepada pelanggan, jasa para pelayan dalam bentuk kualitas pelayanan tentu akan berperan penting dalam menjaga loyalitas para pelanggan. Hal ini dapat terlihat dari data pengunjung yang datang ke toko Le'ut *Drink Station* pada periode Agustus-Desember 2021 sebagai berikut :

**Tabel 1.3 Data Pengunjung Toko Le'ut *Drink Station*
Periode Agustus – Desember 2021**

No	Bulan	Pengunjung	Presentasi (%)	keterangan
1	Agustus	635	-	-
2	Septermber	589	-7,24	Menurun
3	Oktober	582	-1,18	Menurun
4	November	563	-3,26	Menurun
5	Desember	602	6,92	Meningkat
Total		2971		Pengunjung

Sumber: Diolah penulis (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pengunjung pada pada kedua tahun 2021 sebanyak 2971 pengunjung. Namun para pengunjung toko pada tahun 2021 masih belum stabil hingga dapat dilihat pada bulan September sampai November mengalami

penurunan. Artinya belum maksimalnya strategi penjualan yang terjadi diduga karena kurangnya *Store atmosphere* yang belum maksimal dan kualitas pelayanan yang sama masih kurang maksimal. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis menarik kesimpulan **Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Le'eut *Drink Station*.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kurang maksimalnya toko Le'eut *Drink Station* dalam menumbuhkan loyalitas konsumen
2. Kurang maksimalnya penerapan elemen-elemen dalam *Store atmosphere* di toko Le'eut *Drink Station*
3. Kurang maksimalnya kualitas pelayanan dalam memenuhi harapan konsumen

1.3. Pembatasan Masalah

Dilihat dari identifikasi masalah yang muncul di toko Le'eut *Drink Station* menunjukkan bahwa permasalahan dalam pemaksimalan terhadap *store atmosphere* dan kualitas pelayanan yang teridentifikasi mempengaruhi loyalitas para pelanggan pada Le'eut *Drink Station* Bogor. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah dan pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di toko Le'eut *Drink Station*.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan *store atmosphere* dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan ?
2. Apakah secara parsial *store atmosphere* mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan ?

3. Apakah secara parsial kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan ?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara simultan *store atmosphere* dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan
2. Untuk mengetahui secara parsial *store atmosphere* mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan
3. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan bisnis restoran
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi penelitian terdahulu dan landasan teori yang menjadi acuan dalam penelitian pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan antara lain mengenai objek penelitian dan desain penelitian, operasional variabel, populasi, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum perusahaan, data penelitian, tanggapan konsumen dan hasil penelitian.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memberikan simpulan dari pembahasan yang telah dibahas dan saran dapat dijadikan sebagai masukan.

DAFTAR PUSTAKA : SUMBER ACUAN

Bab ini berisi daftar yang berisi mengenai semua buku atau tulisan yang dijadikan tujuan atau landasan dalam penelitian.