

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini ditandai oleh bertambahnya jumlah pelaku usaha, sehingga membuat para pesaing berlomba-lomba menarik konsumen untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Dengan berkembangnya dunia usaha, kuliner pun menjadi salah satu trend usaha yang diminati oleh masyarakat terutama pada masyarakat kota yang gaya hidupnya makin moderen. Semakin banyak penerus generasi muda yang lebih suka makan dan menghabiskan waktu diluar rumah seperti di mall, café, restoran, dan rumah makan tentunya untuk menemukan suatu hal guna memenuhi kebutuhannya, contohnya dengan menjelajahi kuliner untuk menemukan makanan dan minuman yang mereka sukai. Karenanya, perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain dalam memenuhi keinginan pelanggan yang selalu berubah-ubah. Perusahaan harus mampu menyikapi perubahan keinginan tersebut karena konsumen yang puas akan menjadi konsumen yang loyal.

Ketepatan strategi yang digunakan merupakan faktor penentu keberhasilan café dalam memasarkan produknya, yaitu dengan mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen. Dengan mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahui strategi yang tepat untuk digunakan. Konsumen akan mempertimbangkan apakah mereka membeli produk yang ditawarkan dengan mempertimbangkan harga yang diberikan. Konsumen akan memutuskan membeli produk jika harga sesuai dengan kemampuan

konsumen itu sendiri. Konsumen akan menganggap harga tinggi sebagai tanda bahwa produk yang dibeli memiliki kualitas produk dan pelayanan yang baik. Sebaliknya harga lebih rendah yang ditawarkan kepada konsumen, maka konsumen akan menganggap bahwa produk tersebut memiliki kualitas produk yang kurang baik. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015), harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk. Dalam penelitian terdahulu menurut Alif (2016) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, namun disisi lain menurut Melysa (2013), Angelia, Sem dan Sileyjeova (2015), Mohammad Hizasalasi (2016) menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Produk yang beragam dan lengkap juga menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Konsumen akan lebih memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap. Sehingga konsumen akan merasa lebih mudah dan nyaman dalam memilih produk yang mereka inginkan. Keragaman produk dapat berjalan apabila pebisnis inovatif dalam menciptakan produk baru atau variasi pada produk yang sudah dihasilkannya. Selera seseorang timbul dari penampilan makanan dan minuman yang berkaitan dengan aroma, cita rasa, dan penyajiannya. Dengan penyajian yang menarik maka akan membuat konsumen merasakan kenikmatan hidangan yang telah disajikan, sehingga konsumen akan datang kembali dan melakukan pembelian secara berulang di tempat yang konsumen kunjungi sehingga memunculkan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler (2007) menyatakan

bahwa keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan. Dalam penelitian terdahulu Ekawati (2013) dan Rorimpandey, *et al.* (2017) yang membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas merupakan komitmen dari pelanggan untuk tetap berlangganan pada produk atau jasa yang sama, dimana kesetiaan yang dimiliki oleh pelanggan tidak mudah dipengaruhi oleh keadaan di sekitarnya. Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Jika konsumen puas maka tingkat loyalitas akan semakin bertambah. Dengan memberikan kepuasan dan pelayanan yang baik maka loyalitas pelanggan akan semakin bertambah, sehingga konsumen akan berkunjung kembali untuk membeli dan menikmati hidangan yang disediakan karena senang dengan pelayanan yang diberikan, sehingga waktu luang yang digunakan tidak sia-sia dengan apa yang di dapatkan dari café yang di kunjungi. Priansa (2017) mendefinisikan loyalitas pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan, yang di implementasikan dalam bentuk perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan pelanggan dimana hal tersebut akan mempengaruhi eksistensi perusahaan tersebut.

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut maka saya melakukan pra survei kepada 10 orang konsumen untuk mengetahui berapa persen faktor harga dan keragaman produk mempengaruhi loyalitas konsumen pada champion café.

Tabel 1.1
Jawaban Pra Survey Harga

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	
Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya	2	20	2	20	6	60	0	0	0	0	10
Harga produk dapat dijangkau oleh kemampuan anda	1	10	1	10	2	20	6	60	0	0	10
Harga produk yang ditetapkan lebih mahal dibandingkan dengan café sejenis	6	60	2	20	2	20	0	0	0	0	10

Dari pernyataan tabel 1.1 diatas hasil dari jawaban konsumen tentang harga yang diperoleh dari 10 Orang konsumen menunjukkan bahwa sebahagian konsumen menyatakan sangat setuju bahwa harga produk yang ditetapkan lebih mahal dibandingkan dengan café sejenis sehingga harga produk tidak dapat dijangkau oleh kemampuan konsumen dikarenakan harga yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan dengan café lainnya.

Tabel 1.2
Jawaban Pra Survey Keragaman Produk

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total
	jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	
Produk yang ditawarkan beragam	0	0	2	20	3	30	5	50	0	0	10
Varian rasa produk yang ditawarkan menarik saya	0	0	3	30	2	20	5	50	0	0	10
Kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan saya	0	0	1	10	3	30	6	60	0	0	10

Dari pernyataan tabel 1.2 diatas hasil dari jawaban konsumen tentang keragaman produk yang diperoleh dari 10 Orang konsumen menunjukkan bahwa sebahagian konsumen menyatakan tidak setuju karena keragaman produk yang ditawarkan kurang bervariasi serta varian rasa dan kualitas produk yang ditawarkan belum sesuai dengan keinginan konsumen.

Tabel 1.3
Jawaban Pra Survey Loyalitas Pelanggan

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	jlh	%	Jlh	%	
Saya akan merekomendasikan champion café kepada orang lain	0	0	3	30	7	70	0	0	0	0	10
Saya akan berkunjung kembali dan membeli makanan dan minuman di Champion café meskipun harganya naik	0	0	0	0	2	20	8	80	0	0	10
Saya akan tetap berkunjung dan membeli makanan dan minuman di Champion café meskipun ada café yang lebih menarik	0	0	1	10	1	10	8	80	0	0	10

Dari pernyataan tabel 1.3 menunjukkan hasil dari jawaban konsumen tentang loyalitas pelanggan yang diperoleh dari 10 Orang konsumen menunjukkan bahwa sebahagian konsumen menyatakan tidak setuju karena konsumen tidak akan berkunjung kembali untuk melakukan pembelian meskipun harga naik dan meskipun ada café yang lebih menarik sehingga menyebabkan loyalitas konsumen di champion cafe menurun.

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan adanya masalah yang muncul dari variabel harga seperti harga lebih mahal dibandingkan café sejenis, kesan harga mahal yang diberikan membuat para konsumen tidak ingin untuk berkunjung kembali di Champion Café dan lebih memilih café yang lebih murah dengan fasilitas yang sama dengan café tersebut dan keragaman produk yang kurang bervariasi sehingga membuat konsumen tidak akan berkunjung kembali ke champion café dan lebih memilih café yang lebih menarik untuk dikunjungi, maka peneliti tertarik ingin mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan pada champion cafe Medan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Champion Cafe Medan?
2. Apakah keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan pada Champion Cafe Medan?
3. Apakah harga dan keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Champion Cafe Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang menjadi arah pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh kepada loyalitas pelanggan di Champion Cafe Medan
2. Untuk mengetahui keragaman produk berpengaruh kepada loyalitas pelanggan di Champion Cafe Medan
3. Untuk mengetahui harga dan keragaman produk berpengaruh kepada loyalitas pelanggan di Champion Cafe Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang menjadi arah pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambarkannya dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan sehingga bisa mempertahankan atau menambah jumlah pelanggan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya serta diharapkan dapat menambah referensi yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian lain untuk pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi yang berkaitan mengenai pengaruh harga dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan.

3. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan kontribusi kepada penulis untuk lebih memperdalam cara berfikir secara ilmiah khususnya yang berkaitan dengan menghadapi persaingan dibidang penjualan dalam meningkatkan loyalitas pelangga

