

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa modern, inovasi memiliki peranan yang kian penting agar dapat memenangkan persaingan pasar yang kini mulai bergeser dari pasar penjualan ke pasar pembeli. Suatu tindakan inovasi yang bisa dilaksanakan oleh seseorang dalam dunia bisnis adalah dengan mengeluarkan produk baru. Inovasi berupa produk baru merupakan salah satu cara untuk mengembangkan bisnis yang bisa dilakukan oleh pelaku bisnis. Namun tidak sedikit produk baru yang diluncurkan mengalami kegagalan karena produk tersebut tidak diinginkan ataupun tidak disukai oleh konsumen. Untuk itu, pelaku bisnis harus melaksanakan riset pasar terlebih dahulu agar pelaku bisnis dapat mengetahui keinginan dari konsumen guna mencegah produk yang diluncurkan gagal di pasaran.¹

Dengan hal demikian, perusahaan perlu mengembangkan inovasi dalam usahanya, misalkan dalam usaha makanan dan minuman yaitu menginovasi baru pada menu, dengan mengembangkan beberapa bahan yang ada, maka terciptalah menu yang baru. Semakin banyak menu semakin besar peluang perusahaan memenangkan pasar, tentunya dengan melakukan riset pasar terlebih dahulu.

Tujuan utama para pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya adalah loyalitas konsumen. Salah satu kunci suksesnya sebuah perusahaan adalah konsumen yang loyal karena akan memberikan prioritas utama pembeliannya pada perusahaan tersebut. Loyalitas konsumen merupakan sikap yang berguna bagi perusahaan, dimana konsumen yang loyal akan melakukan pembelian yang berulang dimasa yang akan datang dengan jangka panjang dan akan berakhir apabila terjadi ketidakcocokan antara perusahaan dan konsumen yang akan memutuskan ikatan kuat diantara keduanya.²

¹Ayu Anita Sari, *Inovasi Produk Guna Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pia Warung Glenmore*, (Universitas Jember, Banyuwangi), 1.

²Sadi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji* (Tesis UNDIP Ungaran-

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan mampu mempengaruhi panjang atau pendeknya sebuah ikatan bisnis antara konsumen dan perusahaan. Menurut Nasution³ kualitas layanan mempunyai kesan yang bernilai positif dan bisa membuat para pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan para konsumennya. Kualitas layanan dikatakan ideal apabila konsumen menerima pelayanan yang melampaui dari yang diharapkan. Sedangkan kualitas layanan mempunyai kesan yang buruk jika perusahaan memberikan pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan sebelumnya oleh para konsumen.

Dalam konsep syari'ah juga mengajarkan dalam memberikan layanan kepada konsumen bisa berupa pemberian barang atau jasa yang mempunyai kondisi baik dan dalam pemberian barang atau jasa tersebut dilarang memberikan yang mempunyai kualitas tidak baik atau buruk. Hal ini bisa disimpulkan jika fungsi dari kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan konsumen yang dilaksanakan oleh perusahaan melalui pemberian memberikan pelayanan sebaik-baiknya.

Konsumen merasa puas atas pelayanan ketika keinginannya berbanding lurus dengan apa yang diterimanya atas kinerja dari sebuah perusahaan. Jadi apabila konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian kembali dan memberi saran untuk melakukan pembelian kepada teman atau saudaranya terhadap pelayanan yang telah mendapatkannya. Perasaan puas bagi para konsumen adalah bagian yang sangat penting dan bisa mempengaruhi citra perusahaan yang ada. Dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya, para konsumen biasanya lebih memilih barang atau jasa yang dianggap memiliki keunggulan, hal ini merupakan pendapat dari ekonomi islam. Pemilihan hal-hak tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan yang diperlukan, keinginan yang ingin dipenuhi,

Semarang, 2009), 2, diakses pada 11 Juli 2019, <http://eprints.undip.ac.id/18599/1/Sadi.pdf>.

³ M. N Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 2004), 47.

manfaat yang ingin didapat, keberkahan, keyakinan serta kehalalannya.⁴

Loyalitas adalah sebuah kata yang bisa memberikan gambaran terhadap rasa setia dan patuh yang dimiliki seseorang bagi berbagai hal seperti negara, kelompok ataupun lainnya. Loyalitas bisa berhubungan juga dengan bidang bisnis, hal ini memberikan gambaran bahwa kesetiaan para konsumen untuk selalu memakai sebuah produk yang dimiliki sebuah perusahaan dalam kurun waktu yang lama, terutama jika produk tersebut dipakai secara langsung dan menyarankan orang-orang seperti teman ataupun keluarga untuk menggunakan produk yang dipakainya.⁵

Pada pemasaran modern, loyalitas pelanggan adalah bagian pokok yang harus dicermati oleh perusahaan yang ingin usahanya tetap berjalan dengan baik, perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam waktu yang lama apabila hubungan mutualisme antar pelanggan dan perusahaan terjaga dengan baik.⁶

Cafe Kangen Ngopi desa Kauman kecamatan Kota kabupaten Kudus atau yang sering disebut dengan *Basecamp* (dahulu berbentuk usaha Counter yang bernama *Basecamp*) yang berlokasi di Jl. Sunan Kudus No 202 Kota Kudus merupakan bisnis kedai kopi yang fokus pada kopi robusta dan arabika.

Cafe Kangen Ngopi menyediakan berbagai macam minuman dan makanan yang bervariasi oleh karena itu konsumen bisa menyesuaikan dengan apa yang diselerainya. Dari sekian variasi menu yang tersedia, cafe ini berhasil menyediakan selera pelanggannya, bila pelanggan kurang menyukai kopi, disini juga tersedia susu, milk shake, ataupun

⁴ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008), 28.

⁵ Christopher Lovelock, Dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 76.

⁶ Meyta Pritandhari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing”, *Jurnal Promosi*, (Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro, ISSN: 2337-4721 vol. 3, no. 1, Bandar Lampung, 2015) 44, diakses pada 11 Juli 2019, <http://www.researchgate.net/publication/321>.

minuman lainnya. Sedangkan dibidang makanan, disini juga mempunyai banyak inovasi, mulai dari sebuah bahan yang sederhana, dipadukan dengan bahan lain yang menghasilkan sebuah menu baru. Adapun harganya sangat standart dengan cafe yang ada di Kota Kudus, bahkan dibawah cafe besar yang ada di Kota Kudus.. Hal ini juga menarik minat pelanggan untuk kembali lagi.

Disamping itu dari segi pelayanan, Cafe Kangen Ngopi juga memiliki pelayanan yang bagus, diantaranya karyawan yang ramah, murah senyum, tempat yang bersih, tersedianya musholla dan kamar mandi yang bersih dan nyaman, parkir gratis, serta desain yang menarik dari cafe tersebut. Dengan demikian cafe ini selalu ramai dan tingkat loyalitas pelanggannya cukup tinggi, walaupun banyak pelanggan baru yang sesekali datang kesana.

Namun Pandemi Covid-19 telah memberikan berbagai dampak pada setiap aspek kehidupan masyarakat di Indonesia, terutama sektor perekonomian. Pada masa sekarang, masyarakat semakin terisolasi dengan adanya protokol Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yang juga berimbas kepada bisnis-bisnis kecil. Bisnis kecil mampu membawa masyarakat agar semakin produktif dalam berinovasi. Salah satunya adalah Cafe Kangen Ngopi Desa Kauman Kecamatan Kota Kabupaten Kudus. Cafe ini awalnya membuka layanan dan jasanya secara normal. Tetapi setelah terdampak Covid-19, bisnis ini juga mengalami proses yang pasang surut yang pada umumnya memberi dampak negatif.

Salah satu dampak yang dirasakan oleh cafe kangen ngopi adalah penurunan konsumen pada masa Covid-19 ini. Meskipun begitu, masih terdapat konsumen yang setia terhadap cafe kangen ngopi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan guna mengetahui apakah variasi menu dan kualitas pelayanan yang ada di cafe kangen ngopi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen cafe kangen ngopi.

Loyalitas konsumen sangat berkaitan erat dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen. Karena dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik konsumen akan merasakan kepuasan terhadap suatu perusahaan barang atau jasa. Kepuasan konsumen inilah yang akan memunculkan rasa loyalitas konsumen terhadap perusahaan barang atau jasa.

Loyalitas konsumen ini tentunya akan bermanfaat bagi perusahaan karena mereka dapat meningkatkan omset penjualan dan perusahaan akan mendapatkan keuntungan.⁷

Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan Selvy Nurmasari dkk dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Perusahaan (Survey pada Tamu Pelanggan yang menginap di Hotel Pelangi Malam)” mengatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang kurang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Untuk itu salah satu tujuan yang dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan di cafe kangen ngopi atau tidak.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Variasi Menu dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Kangen Ngopi Desa Kauman Kecamatan Kota Kabupaten Kudus”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang diangkat adalah :

- Bagaimana pengaruh variasi menu terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Kangen Ngopi desa Kauman kecamatan Kota kabupaten Kudus?
- Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Kangen Ngopi desa Kauman kecamatan Kota kabupaten Kudus?
- Bagaimana pengaruh variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Kangen Ngopi desa Kauman kecamatan Kota kabupaten Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang peneliti inginkan dalam penelitian ini adalah :

⁷ M. Ashfal Fuad, wawancara oleh Muhammad Chaidar Ali, 4 Maret 2021, wawancara 2, transkrip.

1. Untuk menganalisis pengaruh variasi menu terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Kangen Ngopi desa Kauman kecamatan Kota kabupaten Kudus
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Kangen Ngopi desa Kauman kecamatan Kota kabupaten Kudus
3. Untuk menganalisis pengaruh variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Kangen Ngopi desa Kauman kecamatan Kota kabupaten Kudus.

D. Manfaat Penelitian

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.
- c. dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi manajer muda.

2) Manfaat Praktis

Bagi wirausahawan : hasil penelitian dapat digunakan antara lain :

1. Analisis tantangan serta permasalahan yang kecil dialami usaha Cafe Kangen Ngopi dan secara komperhensif, faktor-faktor yang dari luar (*Eksternal*) dan dari dalam (*Internal*) Cafe Kangen Ngopi.
2. Penetapan strategi yang sesuai guna keberhasilan pengembangan kraetifitas dan inovasi pelayanan dari Cafe Kangen Ngopi yang bertempat di Desa Kauman Kecamatan Kota Kabupaten Kudus.

E. Sistematika Penulisan

1) Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman pengesahan majlis penguji ujian munaqosah, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman abstrak, halaman

motto, halaman persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, halaman daftar isi, dan daftar tabel, daftar gambar.

2) Bagian Utama

Bagian utama memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab yang lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Hal-hal yang dikemukakan dalam landasan teori adalah pembahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya (yang sejenis), kerangka pemikiran dan juga hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang berisikan rincian mengenai jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variable operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan tentang hasil apa yang telah diteliti meliputi gambaran obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang simpulan dan saran-saran.

3) Bagian Akhir

Bagian ini meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.