

BAB I

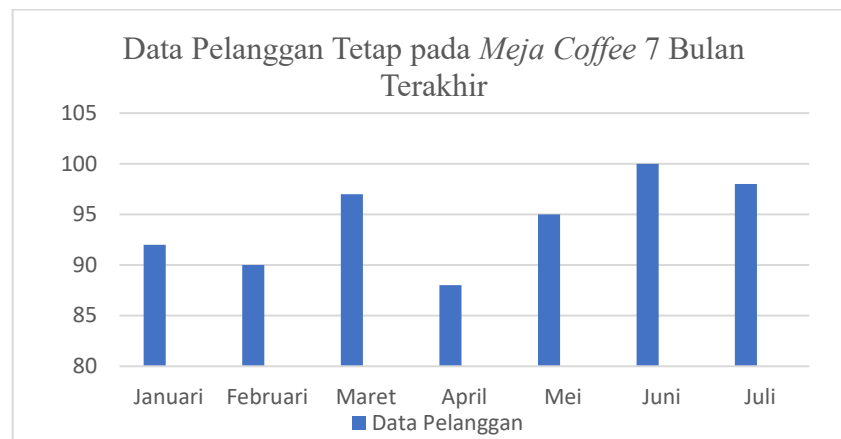
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kopi pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada abad ke-17, dibawa oleh pemerintah kolonial Belanda dari Malabar, India. Penanaman pertama kali dilakukan di daerah Kedawung dekat Batavia (sekarang Jakarta). Selain itu kopi telah menjadi bagian penting dari budaya masyarakat Indonesia belakangan ini. Munculnya berbagai *coffee shop* dan tren kopi instan memperlihatkan bagaimana konsumsi kopi berkembang sangat pesat di masyarakat modern belakangan ini.

Coffee shop di Indonesia berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat dalam menikmati kopi sebagai gaya hidup di 5 tahun belakangan ini. *Coffee shop* bukan hanya sebagai tempat minum kopi, tetapi juga menjadi tempat nongkrong, bekerja, bersosialisasi atau sebagai tempat aktivitas lainnya. Dalam persaingan bisnis yang ketat, strategi pemasaran yang efektif dan kualitas layanan sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Strategi pemasaran seperti pemanfaatan media sosial, promo dan diskon, konsep unik, serta pelayanan menjadi kunci keberhasilan *coffee shop* dalam memenangkan pasar.

Meja *Coffee* adalah sebagai salah satu *coffee shop* yang berada di Bakaran Batu, menghadapi tantangan dalam mempertahankan strategi pemasaran dan kualitas layanan untuk membangun loyalitas pelanggan. Untuk menjawab tantangan tersebut, Meja *Coffee* perlu mengembangkan pemasaran yang komprehensif untuk menggabungkan berbagai pendekatan efektif seperti keterlibatan pengunjung, program loyalitas pelanggan, pemasaran berbasis pengalaman, serta pemanfaatan media sosial yang kuat.



Gambar 1.2 Data Pelanggan Tetap

Menurut gambar diatas pada bulan Januari terdapat 92 pelanggan tetap, pada bulan Februari terdapat sebanyak 90 pelanggan tetap, pada bulan Maret terdapat 97 pelanggan tetap, pada bulan April terdapat 88 pelanggan tetap, pada bulan Mei terdapat 95 pelanggan tetap, pada bulan Juni terdapat 100 pelanggan tetap, pada bulan Juli terdapat 98 pelanggan tetap. Menurut data di atas juga *Meja Coffee* mengalami beberapa kali kenaikan dan penurunan pelanggan tetap yang datang ke *Meja Coffee*. Hal ini disebabkan juga oleh beberapa faktor yaitu strategi pemasaran dan juga kualitas layanan yang ada di *Meja coffee* tersebut.

Strategi pemasaran adalah langkah-langkah terencana yang dilakukan untuk meningkatkan visibilitas, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Untuk bisnis cafe, strategi pemasaran yang efektif di tahun 2025 meliputi promosi di media sosial dengan konten visual menarik dan interaktif.

Selain strategi pemasaran, *Meja coffee* juga melakukan kualitas layanan yang membuat pelanggan menjadi loyal. Kualitas layanan adalah tingkat kemampuan suatu bisnis, termasuk pada cafe, dalam memberikan pelayanan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas layanan mencakup berbagai aspek seperti kecepatan pelayanan, keramahan dan profesionalisme staf, konsistensi produk, kebersihan dan kenyamanan tempat, serta responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan

kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, dan membuat pelanggan kembali kembali ke Meja *coffee* tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa unsur kebersihan, kecepatan pelayanan, dan sikap ramah staf secara signifikan memengaruhi pengalaman dan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, waktu tunggu yang lama, ketidak konsistenan produk, dan kurangnya standar pelayanan dapat menurunkan kualitas layanan dan citra Meja *Coffee* di mata pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah pelanggan setia yang akan memilih untuk membeli produk atau menggunakan layanan dari suatu bisnis secara berulang Arbol & Ramli, (2024); Indriani & Ramli, (2024). Lebih dari itu, strategi tersebut dapat menghasilkan pelanggan setia, yang penting bagi kesuksesan dan keberlanjutan bisnis karena membuat pelanggan baru lebih ramah daripada pelanggan lama Puspitasariet al., (2023). Berbagai pemasaran dirancang untuk memberi penghargaan kepada konsumen karena kembali ke bisnis yang sama, mendukung merek yang sama, dan melakukan pembelian berulang untuk loyalitas pelanggan Kadir & Ramli, (2024); Maharani & Ramli, (2024); Srivastava & Rai, (2018). Di Meja *Coffee* sendiri sudah menjaga kualitas produk dan suasana cafe yang nyaman, sangat penting untuk menciptakan pengalaman positif. Pelanggan yang merasa dihargai dan mendapatkan penghargaan akan lebih termotivasi untuk kembali dan merekomendasikan kafe kepada orang lain.

Tujuan utama penelitian tentang “Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Meja *Coffee*” Terutama untuk menganalisis seberapa besar pengaruh strategi pemasaran, kualitas layanan agar pengunjung datang kembali dan masing-masing variabel independent secara persial maupun simultan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana strategi pemasaran dan kualitas layanan mampu membangun serta meningkatkan loyalitas konsumen pada Meja *Coffee* dalam mempertahankan persaingan bisnis *coffee shop* yang semakin ketat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Apakah kualitas layanan yang diberikan oleh Meja *Coffee* berdampak signifikan pada loyalitas konsumen.
2. Apakah produk dan layanan yang dirancang oleh Meja *Coffee* berdampak kepada loyalitas konsumen.
3. Bagaimana respon konsumen terhadap strategi pemasaran dan kualitas layanan yang diberikan Meja *Coffee*.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran yang diterapkan Meja *Coffee* terhadap loyalitas konsumen?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan yang diberikan Meja *Coffee* terhadap loyalitas konsumen?
3. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Meja *Coffee*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas konsumen.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran dan kualitas layanan secara simultan terhadap loyalitas konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang berjudul "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Meja *Coffee*" antara lain:

1. Bagi Meja *Coffee* sebagai pelaku usaha:

- a. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh strategi pemasaran dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.
- b. Menjadi dasar pengambilan keputusan untuk merancang dan mengoptimalkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
- c. Membantu meningkatkan kualitas layanan agar dapat memperkuat
- d. Membantu meningkatkan kualitas layanan agar dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen. Menjadi referensi untuk perbaikan dan pengembangan usaha agar lebih kompetitif di pasar *coffee shop*.

2. Bagi akademisi dan peneliti:

- a. Menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran, layanan pelanggan, dan loyalitas konsumen di sektor usaha *coffee shop*.
- b. Menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan strategi pemasaran dan kualitas layanan dalam konteks bisnis serupa.

3. Bagi konsumen:

- a. Konsumen dapat merasakan peningkatan kualitas layanan dan pengalaman yang lebih baik di Meja *Coffee* sebagai dampak dari strategi pemasaran dan layanan yang ditingkatkan.