



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada era yang semakin modern ini, gaya hidup masyarakat berubah terutama di kehidupan kota besar seperti DKI Jakarta. Masyarakat mulai memiliki kesukaan yang dikarenakan gaya hidup masyarakat pada era modern ini. Hal ini dapat dilihat dari gaya hidup masyarakat kota yang saat ini lebih memilih sesuatu yang segalanya serba cepat dan praktis dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman yang bersifat universal dan disukai banyak orang. Pada era modern ini masyarakat juga suka untuk menghabiskan waktu sambil bercengkrama di sebuah *café* atau *coffee shop* sudah menjadi trend di masa sekarang ini khususnya di DKI Jakarta.

Munculnya industri *coffee shop* yang pesat saat ini membawa dampak baru kedalam gaya hidup konsumen. Makna *coffee shop* saat ini mengalami pergeseran, dimana mengunjungi *coffee shop* bukan hanya sebagai tempat untuk melakukan aktivitas konsumsi, namun *coffee shop* juga dapat digunakan sebagai tempat mengisi waktu luang, rapat kerja, dan bertemu kerabat.

Jumlah *café* atau *coffee shop* yang banyak membuat tingkat persaingan yang semakin ketat mengakibatkan konsumen memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap kualitas layanan dan kualitas produk. Nilai ini berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dapat menentukan strategi pemasaran. Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah menjaga kepercayaan pelanggan dengan menciptakan produk-produk yang unggul dan memiliki kualitas terbaik sesuai standar internasional sehingga akan menumbuhkan



suatu nilai yang berbeda di mata para pelanggan. Strategi pemasaran yang tepat merupakan hal penting yang dapat mendukung pelaku bisnis untuk mampu bersaing dengan pesaingnya, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan konsumen. Dengan demikian tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap loyalitas pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui kualitas layanan dan kualitas produk yang baik. Dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan, diharapkan pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang-ulang sehingga terbentuklah loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pengalaman yang diperoleh, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai ini yang akan membuat pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap produk dan jasa yang pernah ditawarkan. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasa yang berkualitas baik, maka diharapkan dapat memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Loyalitas diharapkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu. Hal inilah yang membuat para pengusaha khususnya pada bidang restoran berlomba-lomba untuk menjaga loyalitas pelanggan agar tidak beralih ke pesaing lain.

Salah satu perusahaan global yang memenuhi standar kualitas produk yang baik adalah Starbucks Coffee. Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia dengan 20.336 kedai di 61 negara, termasuk 13.123 di Amerika Serikat, 1.299 di Kanada, 977 di



Jepang, 793 di Britania Raya, 732 di China, 473 di Korea Selatan, 363 di Meksiko, 282 di Taiwan, 204 di Filipina, 164 di Thailand dan 326 di Indonesia. (sumber dari :

<https://id.wikipedia.org/wiki/Starbucks>)

Starbucks mengekspansi perusahaannya secara global dan telah mengoperasikan lebih dari 300 anak perusahaan di Inggris, Australia, dan Thailand. Terdapat 900 perusahaan yang berlisensi di beberapa negara di Asia, Eropa, Timur Tengah dan Amerika. Starbucks telah memiliki 15.000 jaringan perusahaan internasional di seluruh dunia.

Penambahan gerai baru Starbucks yang berada di Holiday Inn Express Jiexpo, Kemayoran Jakarta Utara yang disambut antusias oleh masyarakat Kemayoran dan Pademangan diharapkan agar masyarakat dapat menikmati kuliner minuman panas dan dingin, biji kopi, *cake, donut, cookies, sandwich and tumblr* kelas dunia ini dan dapat menjadikan masyarakat loyal dengan produk Starbucks Coffee.

Restoran ini menyediakan berbagai macam jenis minuman panas dan dingin, biji kopi, *cake, donut, cookies, sandwich and tumblr* dengan varian rasa yang beraneka ragam. Cara penyajiannya dengan dilayani oleh pelayan yang menjaga etalase tersebut. Selain *cake, donut, cookies, sandwich, and tumblr* di restoran ini juga menyediakan berbagai jenis minuman dingin maupun panas yang bisa dinikmati oleh pelanggan.

Loyalitas adalah respon perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis.

Salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern adalah menciptakan loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu.



Selain memberikan kepuasan kepada pelanggan agar menciptakan loyalitas kepada pelanggan, pengembangan sebuah produk perlu dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Apabila kepuasan pelanggan terhadap suatu produk tinggi, maka produk yang terjual akan semakin tinggi pula. Dalam konsep produk dijelaskan bahwa orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan lebih tertarik pada produk-produk yang ditawarkan dengan mutu yang terbaik pada tingkat harga tertentu.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee Di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara?
2. Bagaimana kualitas produk Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara terhadap loyalitas pelanggan?
6. Bagaimana loyalitas pelanggan terhadap kualitas layanan dan kualitas produk Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Batasan Masalah

Menghadapi masalah seperti yang diuraikan di atas, maka penelitian merumuskan batasan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara.
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara.

D. Batasan Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan.
2. Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengonsumsi Starbucks Coffee.
3. Ruang lingkup penelitian adalah Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara?”

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis sehubungan dengan batasan masalah diatas:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara terhadap loyalitas pelanggan
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk Starbucks Coffee di Jiexpo Kemayoran Jakarta Utara terhadap loyalitas pelanggan

G. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk dapat menjadi masukan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memperluas wawasan penulis dalam bidang pemasaran, khususnya tentang kualitas layanan, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi yang kelak dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.