

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Cafe merupakan suatu tipe restoran yang menyediakan tempat duduk di dalam dan diluar ruangan. Cafe tidak menyediakan makanan berat lebih berfokus pada menu makanan ringan seperti kue, roti, dan makanan ringan lainnya. Untuk minuman biasanya di sajikan seperti teh, kopi, *juice*, susu, dan minuman lainnya. Cafe pertama muncul di daerah barat, istilah cafe paling umum di jumpahi di negara prancis yang kemudian diadopsi oleh kota-kota inggris pada akhir abad ke-19. Istilah cafe berasal dari kata *coffe* yang berarti kopi. Cafe diyakini oleh konsumen sebagai salah satu tempat hiburan yang menarik bagi mereka, karena sejumlah pertimbangan mengapa cafe dipilih, diantaranya adalah tempat mencari teman, penghilang *stress* setelah seharian beraktifitas, tempat hiburan yang bergengsi, dan lain-lain.

Industri yang saat ini cukup banyak di gresik adalah industri cafe. Tempat hiburan ini menjadi salah satu tempat yang disukai oleh sebagian kalangan anak muda dan para eksekutif muda lainnya. Banyak cafe yang bermunculan mengakibatkan para pebisnis cafe berlomba-lomba menerapkan ide yang lebih baru dan modern seperti menampilkan konsep unik dan menghadirkan gebrakan baru pada cafe agar dapat bersaing dengan usaha sejenisnya untuk menarik pelanggan. Pelanggan merupakan *asset* terpenting bagi cafe, keberadaan pelanggan sangat diharapkan, terlebih bagi pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi terhadap cafe. Menurut Greenberg (2010),

pelanggan adalah seseorang individual atau kelompok yang membeli produk fisik atau jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dan lainnya sebagainya berdasarkan keputusan mereka sendiri.

Citra perusahaan menurut Adona (2006) adalah kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri. Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif (Sukatendel dalam Soemirat, 2003:113). Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan melalui keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif.

Store atmosphere adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting. Hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada di dalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian (Purwaningsih, 2011), sedangkan menurut Meldarianda (2010:103) "suasana toko (*store atmosphere*) merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen".

Kualitas Pelayanan (Kotler dalam Lupiyodi 2014:7), setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan

tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan Gilbert dkk, (2004).

Setiap perusahaan menginginkan memiliki konsumen yang loyal supaya tidak berpindah ke produsen lain dan yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Menurut Oliver dalam Kotler dan Keller (2009:138) Loyalitas menggambarkan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh kondisi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Memiliki pelanggan yang berloyalitas tinggi merupakan harapan bagi setiap cafe. Dengan tingginya loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan terhadap produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi kontinuitas bisnis cafe tersebut. Loyalitas pelanggan yang tinggi adalah sebuah kesetiaan pelanggan untuk kembali pada cafe, semakin sering dan banyak konsumen yang membeli produk tersebut, secara otomatis produk akan cepat laku terjual sehingga semakin banyak pula laba yang akan diterima oleh Cafe.

Cafe yang berada di bungah yaitu Pandawa 99 selaluramaipengunjung di setiap jam dan hari-haritententu. Disamping pelayanan yang ramah dan tempat yang nyaman

membuat konsumen merasa senang dan puas. Seiring waktu daerah Bungah Gresik banyak bermunculan cafe-cafe salah satunya Pandawa 99 yang berdiri pada 12 Februari 2019 yang terletak tepat di jalan raya bungah-dukun 74. Untuk desain ruangnya sendiri cafe ini cukup membuat pengunjung merasa betah. Fasilitasnya salah satunya disediakan tempat sholat, toilet, wifi untuk pembawa laptop dan yang ingin mengakses internet secara gratis. Cafe ini terbilang cukup luas terdapat dua tempat yaitu atas dan bawah yang diisi meja dan kursi.

Menyadari adanya fenomena persaingan menuntut owner terus berupaya menghadapi persaingan yang ada. Dengan membangun kepercayaan dari para pelanggan agar loyal yaitu dengan cara menjaga citra perusahaan, memperbaiki *store atmosphere* (suasana toko) ditata secara bagus, menggunakan tema tertentu, akan membuat nyaman pengunjung. Dan juga kualitas pelayanan yang baik termasuk penting untuk membuat pelanggan loyal. Sebab yang berkunjung ke cafe biasanya bukan untuk mengenyangkan perut, melainkan untuk bersantai dan menikmati waktu luangnya.

Untuk itu berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti fenomena tersebut dengan judul "Pengaruh Citra Perusahaan, Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Pandawa 99 Bungah Gresik".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti secara lebih mendalam. Rumusan masalah tersebut sebagai berikut :

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Pandawa 99 Bungah Gresik?
2. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Pandawa 99 Bungah Gresik ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Pandawa 99 Bungah Gresik?
4. Apakah citra perusahaan, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan di Cafe Pandawa 99 Bungah.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dengan menguji dan menganalisis pengaruh Citra Perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Pandawa 99 Bungah Gresik.
2. Untuk mengetahui dengan menguji dan menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Pandawa 99 Bungah Gresik.
3. Untuk mengetahui dengan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Pandawa 99 Bungah Gresik.
4. Untuk mengetahui dengan menguji dan menganalisis pengaruh citra perusahaan, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Pandawa 99 Bungah Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan di harapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan referensi baru

mengenai ilmu yang berkaitan dengan citra perusahaan, *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Dapat Menambah ilmu pengetahuan yang lebih luas dan wawasan dalam memecahkan masalah di perusahaan khususnya di dunia usaha, sehingga siap dan mampu dalam dunia kerja.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai informasi dan bahan masukan supaya dapat dipakai pada bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dengan meningkatkan citra perusahaan, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di masa yang akan datang.

c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan citra perusahaan, *store atmosphere*, kualitas pelayanan serta loyalitas pelanggan.

