

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini kompetisi di dunia perdagangan semakin terasa. semakin berkembangnya usaha perdagangan didukung oleh perubahan lingkungan saat ini. Banyak orang lebih banyak beraktivitas diluar rumah yang bervariasi oleh manusia, manusia yang bersifat praktis,cepat,nyaman karena dijamin sekarang ini penduduk indonesia semakin konsumtif. Para pedagang harus melihat peluang usaha yang sangat menguntungkan ini. Usaha warung kopi baru-baru ini sedang berkembang pesat semakin banyak pengusaha membuka usaha kedai kopi yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman yang dilengkapi oleh jaringan wifi.

Tetapi ancaman persaingan juga semakin kuat membuat para pengusaha harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar pelanggan mendapatkan kepuasan saat berkunjung dan akan kembali lagi untuk berkunjung di lain waktu, Menurut Tjiptono dan Chandra (2012),menyatakan bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan antara lain:

1. bentuk fisik atau *tangible*
2. keandalan atau *reliability*
3. Daya tanggap atau *responsiveness*
4. Jaminan atau *assurance*
5. Empati atau *emphaty*

lima dimensi itu akan menambah minat pembelian karena didukung dengan pelayanan yang baik dan menyenangkan untuk konsumen.

Faktor yang harus diperhatikan juga adalah pemilihan lokasi untuk membuka usaha kedai kopi, lokasi usaha merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha karena lokasi erat kaitannya dengan pasar. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap obyek-obyek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang. *Competitive positioning* adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan dengan pesaing. Misalnya jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang banyak dan strategis (lokasi sentral dan utama), maka itu dapat menjadi rintangan efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono, 2011:190).

Penelitian terdahulu (Sunarto, 2003:158) dalam Setyawan (2013:21) menyatakan bahwa pelayanan dan loyalitas merupakan kesatuan yang utuh, menciptakan service yang dapat memberikan kepuasan tinggi kepada konsumen, maka akan membuat konsumen loyal dengan usaha yang ditawarkan. Variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini berperan sebagai variabel intervening atau variabel perantara yang terletak diantara variabel independen dan variabel dependen.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul “PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG BERPENGARUH PADA LOYALITAS KONSUMEN KEDAI KOPI 96 WONOCOLO”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
6. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen di kedai kopi 96 wonocolo?
7. Apakah kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen di kedai kopi 96 wonocolo?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung lokasi terhadap loyalitas konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen kedai kopi 96 wonocolo?

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
6. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen kedai kopi 96 wonocolo?
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen kedai kopi 96 wonocolo?

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Aspek Akademis

Penelitian yang bermanfaat untuk pengetahuan tentang perkembangan perilaku konsumen saat ini. Dan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini untuk tambahan wawasan dan juga pengetahuan dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen yang dapat dijadikan ilmu bagi penulis dalam memantapkan penguasaan ilmu manajemen pemasaran yang dipelajari selama mengikuti perkuliahan.

3. Aspek praktis

Hasil dari penelitian ini sebagai bahan informasi dan juga masukan untuk kampus STIE Mahardhika dan untuk menambah wawasan bagi mahasiswa mahasiswi untuk pedoman penelitian untuk masa yang akan datang.