

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa perkembangan ekonomi saat ini, sektor-sektor ekonomi berkembang pesat, terutama di industri bisnis. Persaingan yang semakin ketat dengan kehadiran kompetitor baru yang menawarkan inovasi dan strategi baru menciptakan tantangan dalam dinamika pasar, ketatnya kompetisi di pasar mendorong perusahaan sejenis untuk bersaing secara agresif. Dalam situasi persaingan yang ketat ini, pelaku bisnis wajib meningkatkan perhatian pada strategi yang diadopsi agar dapat meraih kemenangan dalam aktivitas pemasaran. Transformasi dunia usaha saat ini ditandai oleh perubahan pola hidup masyarakat, kemajuan teknologi, dan inovasi pemikiran yang lebih maju. Akibat perubahan ini, dunia usaha semakin bersaing di beragam sektor, termasuk pada sektor kuliner.

Pada sektor kuliner yang merupakan bagian dari bisnis yang tiada habisnya dan terus tumbuh, karena merupakan kebutuhan primer bagi manusia. Salah satunya adalah bisnis cafe, bisnis cafe di Indonesia saat ini tumbuh dengan cepat. Banyak ditemukan cafe yang berlokasi di pusat belanja, area perkantoran, area industri, lokasi rekreasi, bahkan ada yang dekat dengan pemukiman masyarakat. Cafe menjadi destinasi untuk bersantai sambil mencicipi masakan, berkumpul dengan sahabat atau kerabat, bertemu mitra bisnis, hingga digunakan sebagai tempat mengerjakan proyek.

Meningkatnya jumlah usaha pada bidang ini memaksa pelaku bisnis untuk mengadopsi strategi yang cermat di dunia usaha ini. Kepuasan konsumen dapat

memainkan peran penting dalam memngaruhi perilaku konsumen dimasa depan seperti pembelian ulang atau loyalitas (Nguyen, 2020). Dengan fokus pada kepuasan konsumen, pelaku bisnis dapat meraih keuntungan lebih dan memperluas jangkauan pasarnya.

Di tengah ketatnya persaingan bisnis, khususnya di industri kuliner dan cafe, salah satunya di Kota Tanjungpinang Kepulauan Riau. Perkembangan cafe di kota ini cukup pesat, dimana banyak bermunculan cafe-cafe dari tahun ke tahun . Berikut beberapa cafe yang ada di kota Tanjungpinang:

Tabel 1.1 Daftar Nama Cafe di Tanjungpinang

No	Nama Cafe	Alamat	Tahun Berdiri
1	Secondhome Cafe & Resto	Jl. Raya dompak, Sei Jang	2017
2	Dandelions	Jl. Raya Dompok, Sei Jang	2018
3	Samanko Coffe Roasters	Jl. Raja H Fisabilillah No 17	2019
4	Red & Blue Caffé	Komplek Ruko De Green City	2020
5	KATENG Backyard Coffe	Gang Pulau Pandan, Sei Jang	2021
6	Tema Coffe & Space	Jl. Raja H Fisabililla Sei Jang	2022
7	Rasa Coffe & Eatery	Sei Jang Kec. Bukit Bestari	2023
8	Satu.rasi Coffe Dealer	Jl. D.I Panjaitan, Air Raja	2023
9	OASIS Resto	Jl. Raja Haji Fisabilillah Km. 8 Atas	2024
10	Rumi Space	Komplek Ruko De green city, Bukit Bestari	2024

Sumber: Data Diolah, 2025

Dari tabel 1.1 tertera beberapa cafe yang bermunculan di Tanjungpinang dari tahun ke tahun dan masih banyak lagi cafe-cafe yang lain. Hal ini jelas bahwa adanya persaingan yang ketat. Salah satunya Secondhome Café & Resto. Secondhome Café & Resto berdiri sejak 20 Juni 2017 yang terletak di jl. Raya dompak, Sei Jang, Bukit Bestari, Kota Tanjungpinang. Selain menyediakan aneka jenis minuman kopi, Secondhome Cafe & Resto juga banyak menyediakan berbagai aneka menu makanan dan minuman kekinian dari makan berat hingga cemilan yang bisa dinikmati saat bersantai dengan harga yang kompetitif.

Sebelumnya, peneliti sudah mencari informasi secara langsung mengenai kondisi atau keadaan cafe dengan *Supervisor* Secondhome Cafe & Resto. Secondhome Cafe and Resto Tanjungpinang menjadi salah satu cafe yang diminati oleh konsumen. Banyak para pekerja, pegawai kantor dan anak muda yang berkunjung untuk bersantai atau mengerjakan tugas dan pekerjaannya. Sebagai salah satu tempat makan dan nongkrong Secondhome cafe & resto berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya. Di Secondhome Cafe & Resto fenomena Loyalitas Konsumen masih menjadi tantangan utama. *Supervisor* mengatakan bahwa banyak pelanggan yang datang hanya sekali atau jarang melakukan kunjungan ulang, bahkan sebagian memilih cafe lain meski sudah pernah mencoba berkunjung di Secondhome Cafe & Resto. Selain itu berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan didapatkan informasi awal bahwa rekomendasi dari pelanggan ke orang lain juga rendah. Menjaga kesetiaan pelanggan jadi satu dari kunci penting kesuksesan bisnis. Namun, persaingan semakin ketat dan perkembangan selera konsumen menuntut manajemen untuk terus memperbaiki

faktor-faktor yang menyebabkannya seperti kualitas produk, layanan, suasana cafe yang ditawarkan dan lain-lainnya.

Kualitas produk merupakan komponen utama dalam keputusan konsumen saat memilih restoran atau kafe. Produk bermutu baik bukan sekadar mencapai keinginan pembeli, namun menghasilkan kepuasan, mendorong pembelian berulang. Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti menemukan informasi bahwa kualitas rasa makanan yang belum konsisten. Rasa makanan yang diduga terkadang asin yang membuat konsumen enggan melakukan pembelian. Studi Intan *et al*, (2024) menyebut Kualitas produk berpengaruh positif signifikan atas kepuasan konsumen. Didukung juga studi Agustina *et al*, (2024) secara parsial mutu produk berdampak signifikan atas kepuasan serta loyalitas konsumen.

Faktor lainnya yaitu kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono & Chandra (2011) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Dalam hal bisnis, konsumen diibaratkan sebagai raja, sehingga perusahaan penyedia barang dan jasa harus bisa memberikan pelayanan terbaik demi kenyamanan dan kepuasan konsumennya. Layanan sopan, cepat, responsif mampu menaikkan pengalaman pembeli secara keseluruhan. Berdasarkan survei awal peneliti memperoleh informasi bahwa pelayanan di Secondhome Cafe & Resto sudah sesuai standar yang ditetapkan oleh cafe. Namun diduga sering terjadi kesalahan dikarenakan karyawan kurang teliti pada saat *customer* melakukan pemesanan, seperti pesanan tidak sesuai dengan yang diorder. Studi Monica *et al*, (2022) menyatakan kualitas layanan berdampak atas kepuasan pembeli. Sejalan pada Nasution *et al*, (2025) Kualitas Layanan mempunyai pengaruh signifikan baik

parsial maupun simultan atas tingkat kepuasan konsumen. Didukung penelitian oleh Dewi (2020), yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh atas loyalitas pembeli dimediasi kepuasan konsumen.

Suasana cafe merupakan pertimbangan penting. lingkungan cafe yang menyenangkan, menarik, dan personal dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan selama mereka berada di sana. Lingkungan yang menyenangkan dapat menjadi aset berharga, mendorong pelanggan untuk kembali dan mempromosikan cafe tersebut kepada orang lain.. Berdasarkan survei awal peneliti menemukan informasi awal bahwa suasana cafe Secondhome Cafe & Resto terkadang berisik, dikarenakan volume pengeras suara / *speaker* yang keras, dan juga peneliti memperoleh informasi awal bahwa meja yang tidak rata khususnya dibagian *outdoor* lantai satu café. Hal ini tentunya berpotensi membuat konsumen merasa tidak nyaman. Studi Kurniawan et al. (2023) menyatakan *store atmosphere* berdampak positif signifikan atas kepuasan pembeli. Didukung studi yang dilakukan Intan *et al*, (2024) menyatakan atmosfir toko berdampak positif signifikan atas kepuasan pelanggan serta kepuasan konsumen berdampak positif signifikan atas loyalitas pelanggan. Sejalan pada Pertiwi *et al*, (2020) yang menyatakan terdapat dampak mediasi *store atmosphere* atas loyalitas pelanggan.

Namun peneliti juga menemukan beberapa penelitian yang tidak mendukung pengaruh variabel tersebut. Penelitian Lieyanto *et al*, (2021) menyebut kualitas produk tidak berdampak atas kepuasan pembeli. Studi Kurniawan *et al* (2023) menyebut variabel *store atmosphere* tidak berdampak atas loyalitas pembeli. Penelitian Alfia Febriatu Sholikhah & Hadita (2023) menyatakan kualitas produk

tidak berdampak langsung positif terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan. Hasil studi terdahulu menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dalam pengaruh beberapa variabel independen atas variabel mediasi maupun variabel terikat. Inkonsistensi inilah yang membentuk celah penelitian (*research gap*) sekaligus mendorong perlunya penelitian lebih lanjut guna memahami secara lebih mendalam faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan lewat kepuasan menjadi variabel *intervening*.

Studi memiliki *novelty* atau kebaruan dengan memilih Secondhome Café & Resto sebagai lokasi penelitian. Fokus penelitian pada konsumen yang berkunjung ke Secondhome Café dan Resto minimal 2 kali. Dengan menggunakan kombinasi yang menarik, yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, suasana cafe. Penelitian ini tujuannya mengidentifikasi pengaruh variabel bebas tersebut terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan menjadi variabel *intervening*.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti merasa terdorong untuk melaksanakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Secondhome Café & Resto Tanjungpinang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan konteks permasalahan yang disajikan pada latar belakang, berikut identifikasi masalah:

1. Persaingan bisnis di industri Cafe di Tanjungpinang semakin ketat dengan munculnya banyak cafe baru, sehingga pelaku usaha harus mampu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Loyalitas konsumen di Secondhome café & resto masih menjadi tantangan utama, di mana banyak pelanggan hanya berkunjung sekali atau jarang melakukan kunjungan ulang, dan tingkat rekomendasi dari pelanggan tergolong rendah
3. Kualitas Produk di Secondhome Café & Resto belum konsisten, khususnya pada rasa makanan yang terkadang asin, yang berpotensi mengurangi kepuasan dan keinginan pembelian ulang konsumen.
4. Terjadi beberapa kesalahan dalam pelayanan pelanggan, seperti pesanan yang tidak sesuai dengan yang diorder, meskipun secara umum kualitas layanan sudah sesuai standar.
5. Suasana cafe terkadang kurang nyaman, misalnya terdapat suara pengeras yang terlalu keras dan meja yang tidak rata di area *outdoor*, yang dapat mengganggu kenyamanan pengunjung.

1.3 Pembatasan Masalah

1. Studi dibatasi objek penelitian yaitu Secondhome Café & Resto yang berlokasi di Tanjungpinang, Kepulauan Riau.
2. Subjek penelitian yakni konsumen pernah berkunjung dan melaksanakan pembelian minimal 2 kali di Secondhome Café & Resto.
3. Ruang lingkup variabel bebas terbatas pada:
 - a. Kualitas Produk

- b. Kualitas Pelayanan
- c. Suasana Cafe
- d. Adapun variabel terikatnya yakni Loyalitas Konsumen
- e. Sedangkan variabel intervening atau mediasinya yakni Kepuasan Konsumen.

4. Studi ini tidak mencakup faktor lainnya di luar variabel sudah disebutkan, berupa promosi, lokasi, citra merek, atau preferensi pribadi.

1.4 Perumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Secondhome Café & Resto?
2. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di Secondhome Cafe & Resto?
3. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Secondhome Café & Resto?
4. Apakah Kepuasan Konsumen memediasi pengaruh Kualitas Produk terhadap loyalitas Konsumen di Secondhome Cafe & Resto?
5. Apakah Kepuasan Konsumen memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Secondhome Cafe & Resto?
6. Apakah Kepuasan Konsumen memediasi pengaruh Suasana Cafe terhadap Loyalitas Konsumen di secondhome Cafe & Resto?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe terhadap Kepuasan Konsumen di Secondhome Café & Resto.

2. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen di Secondhome Cafe & Resto.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh secara langsung Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe Terhadap Loyalitas Konsumen di Secondhome Café & Resto.
4. Untuk mengetahui peran Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening dalam Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen di Secondhome Cafe & Resto.
5. Untuk mengetahui peran Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening dalam Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Secondhome Cafe & Resto.
6. Untuk mengetahui peran Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening dalam Suasana Cafe terhadap Loyalitas Konsumen di Secondhome Cafe & Resto.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi dan Peneliti

Studi ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi kalangan akademisi dan peneliti yang berminat untuk mengkaji lebih jauh terkait loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori pemasaran dan manajemen bisnis.

2. Bagi Pelaku Usaha di Industri Kuliner

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemilik bisnis kuliner dalam memahami perilaku konsumen. Dengan memahami faktor yang berpengaruh,

pelaku usaha dapat menyusun strategi yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

3. Bagi Secondhome Café & Resto

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen. Dengan demikian, mereka dapat meningkatkan strategi pemasaran, kualitas produk, serta layanan agar lebih sesuai dengan preferensi pelanggan.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metodologi penulisan, semuanya tercakup dalam bab ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua penulis membahas teori yang relevan mengenai penelitian ini yang bertujuan untuk mendukung permasalahan dalam penelitian yang diangkat.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga berisi penguraian secara rinci mengenai metodologi yang akan digunakan sebagai jawaban dari pertanyaan penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan dan analisis penelitian yang dilakukan sesuai dengan data yang dikumpulkan dijelaskan dalam bab ini.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran dari hasil analisa yang disajikan dari bab-bab sebelumnya.

