

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis adalah dunia persaingan, dimana intensitasnya dari hari ke hari semakin ketat. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu menunjukkan keunggulan kompetitif melalui upaya yang kreatif, inovatif, dibarengi dengan bekerja secara efektif dan efisien sehingga produk barang dan jasa (pelayanan) yang dihasilkan menjadi pilihan dari banyak pelanggan. Tidak hanya itu, pemasar juga harus mengkomunikasikan dan atau menyampaikan suatu produk dengan lebih menyentuh sisi emosional konsumen agar dapat lebih unggul dalam bersaing.

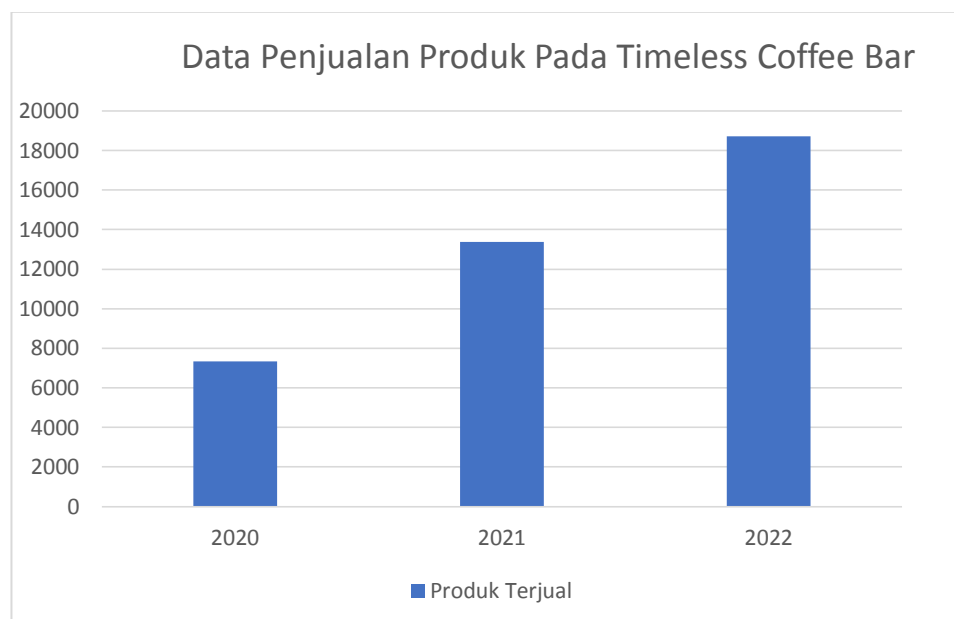
Persaingan bisnis yang terjadi di dunia kuliner semakin ketat, hal ini dapat dilihat dari fenomena pertumbuhan *café* atau *coffee shop*. Istilah *café* berasal dari Bahasa Perancis yang berarti kopi. Saat ini sudah semakin banyak produsen *café* yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Maraknya persaingan antar *coffee shop* tentunya menuntut pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan-keunggulan pada *coffee shop* yang dimiliki. Terlepas dari kopi itu sendiri, *coffee shop* juga mengalami pergeseran fungsi. Tempat ini tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk minum kopi tetapi telah menjadi ruang publik alternatif yang memiliki beragam fungsi. Berbagai kegiatan seperti pertemuan-pertemuan keluarga, pertemuan bisnis, pertemuan politis, termasuk acara-acara sosial-budaya lainnya, kerap diadakan di tempat ini. Maka tidak heran jika banyak kedai kopi yang didesain dengan interior yang nyaman dan gaya yang unik agar konsumen tertarik untuk mengunjungi. Terlebih lagi *coffee shop* juga menyajikan menu hidangan selain kopi sehingga membuat konsumen menjadi betah untuk berlama-lama. Hal ini membuat pengusaha *café* atau *coffee shop* harus berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengusaha tersebut harus berupaya untuk mendapatkan perhatian serta ketertarikan konsumen, karena mereka bersaing dengan perusahaan yang memiliki produk serupa maka harus memikirkan cara untuk memenangkan pasar.

Loyalitas pelanggan mengekspresikan perilaku yang dimaksudkan berkaitan dengan produk atau jasa untuk perusahaan. Loyalitas pelanggan sebagai pola pikir pelanggan memegang sikap yang menguntungkan terhadap

perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain (Saravanakumar, 2014). Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan diantaranya dilihat dari *word of mouth* dan *store atmosphere*.

Ketidakmampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap persaingan bisnis yang ketat dapat menimbulkan ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan yang bersangkutan. Kepuasan konsumen yang berbeda akan memberikan pengaruh yang berbeda pada perilaku *word of mouth*. Jika konsumen tidak puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, maka akan timbul penilaian yang bersifat negatif kepada perusahaan itu sendiri, yang tidak menutup kemungkinan akan terjadinya dampak kerugian terhadap perusahaan tersebut (Joeysiana, 2019).

Saat ini *coffee shop* di Kota Metro semakin menjamur di seluruh pelosok kota. Berbagai macam konsep *coffee shop* yang ditawarkan mulai dari mengusung tema yang unik atau dengan menawarkan berbagai macam jenis biji kopi yang dapat dipilih. Salah satu *coffee shop* yang berada di Kota Metro adalah Timeless Coffee Bar yang sudah berdiri kurang lebih selama 3 tahun, yang terletak di jalan AH Nasution No.87, Kelurahan Yosorejo, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, Lampung.



Gambar 1. Grafik Penjualan Produk Pada Timeless Coffee Bar

Berdasarkan data diatas, dapat kita lihat bahwa Timeless Coffee Bar memiliki kenaikan pada jumlah penjualan setiap tahun. Dapat dilihat dari tahun 2020 ke tahun 2021 penjualan produk pada Timeless Coffee Bar meningkat sebanyak 82,1% dan pada tahun 2021 ke tahun 2022 penjualan produk pada Timeless Coffee Bar meningkat sebanyak 39,9% yang berarti setiap tahun Timeless Coffee Bar memiliki peningkatan jumlah pengunjung yang mengakibatkan peningkatan jumlah produk yang terjual.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Word of mouth* Dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Timeless Coffee Bar Kota Metro**".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan identifikasi masalahnya. Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen *coffe shop* berkunjung di *coffe shop* yang berbeda untuk mencari suasana yang baru
2. Pelanggan merasa timeless Coffee bar belum sesuai dengan yang dikatakan orang lain
3. Pelanggan merasa *store atmosphere* pada Timeless Coffee Bar belum sesuai dengan ekspektasi pelanggan yang berkunjung
4. Pelanggan yang sudah berkunjung ke Timeless Coffee Bar merasa belum begitu puas dengan makanan dan minuman yang disajikan
5. Beberapa pelanggan yang sudah berkunjung ke Timeless Coffee Bar merasa tidak ingin berkunjung kembali

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Timeless Coffee Bar?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Timeless Cofee Bar?

3. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Timeless Coffee Bar?
4. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Timeless Coffee Bar?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Timeless Coffee Bar?
6. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
7. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan pada Timeless Coffee Bar
2. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Timeless Coffee Bar
3. Mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan pada Timeless Coffee Bar
4. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada Timeless Coffee Bar
5. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Timeless Coffee Bar
6. Mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan
7. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan penulis di bidang pemasaran khususnya mengenai *word of mouth*, *store atmosphere*, kepuasan pelanggan, serta loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide-ide baru bagi perusahaan khususnya mengenai *word of mouth* dan *store atmosphere* sehingga perusahaan diharapkan dapat berkembang menjadi lebih baik supaya mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Akademik

Bagi akademik diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori manajemen pemasaran dan dapat menjadi salah satu referensi kajian khususnya tentang *word of mouth* dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif, penelitian yang dilakukan pada Pelanggan Timeless Cofee Bar Kota Metro. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Word of mouth* dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini menjelaskan mengenai deskripsi teori, hasil penelitian terkait, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, definisi konseptual dan operasional variabel, jenis data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

DAFTAR LITERATUR
LAMPIRAN

