

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha dalam dunia ini sangat pesat, persaingan dengan usaha – usaha lainnya juga sangat ketat sekarang. Industri makanan dan minuman nasional memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu, kementerian perindustrian terus mendorong pengembangan industri nasional. Pada triwulan 1 tahun 2015, pertumbuhan industri nasional mencapai 8,16% atau lebih tinggi dari pertumbuhan industri non migas sebesar 5,21 % sedangkan, pertumbuhan ekonomi nasional mencapai 4,71%. Hal tersebut disampaikan menteri perindustrian Saleh Husin dalam sambutannya pada acara pembukaan pameran produk industri makanan dan minuman di plasa pameran industri, kementerian perindustrian, Jakarta, selasa (26/5). (www.kemenperin.co.id, diunduh pada tanggal 7 Oktober 2016).

Industri makanan dan minuman di tanah air diyakini masih akan terus berkembang kendati hanya mencatatkan pertumbuhan tipis pada kuartal 1/2016. Hal ini merujuk pada tren peningkatan konsumsi pada paruh kedua hingga akhir tahun. Pemicunya antara lain momen lebaran dan natal. “semester II mungkin sudah mulai naik karena ada lebaran, natal. Biasanya semester I memang lebih rendah, “ujar Dirjen Industri agro kementerian perindustrian (Kemenperin) Susanto di Jakarta, jumat (3/6). Menurut dia, harga bahan pokok tidak akan terlalu berpengaruh jika suplai bahan baku ke industri stabil. Pangkah menambahkan, target pertumbuhan industri makanan dan minuman akan tercapai jika kurs stabil. “kalau industri asal supplainya stabil, gejolak harga sedikit masih diterima,

“tuturnya. Pada kuartal I/2016 kinerja industri makanan dan minuman dalam negeri masih menunjukkan pencapaian positif. Pada periode Januari – Maret 2016, pertumbuhan industri ini mencapai sebesar 7,55%. Capaian tersebut naik tipis dibandingkan pertumbuhan pada periode sama 2015 sebesar 7,54%. Ketua gabungan pengusaha makanan dan minuman seluruh Indonesia (Gapmmi) Adhi S Lukman mengatakan, berdasarkan capaian itu ditargetkan, hingga akhir tahun 2016 industri makanan dan minuman bisa mencapai 8% “kestabilan politik, iklim usaha yang kondusif, serta kepastian usaha akan mendukung pertumbuhan industri makanan dan minuman. Selain itu juga deregulasi dilanjutkan dan dipastikan implementasinya, “ujarnya . industri makanan dan minuman merupakan terhadap industri pengolahan nonmigas, dimana industri pengolahan nonmigas secara keseluruhan berkontribusi 18,41% terhadap produk domestik bruto nasional. Sebelumnya staf ahli menteri perindustrian bidang penguatan struktur industri ngakan timur antara mengatakan, kinerja industri makanan dan minuman melampaui pertumbuhan industri non migas pada kuartal I/2016 yang sebesar 4,46%. Kinerja positif ini juga ditunjukkan dari kontribusi nilai ekspor produk makan dan minuman yang sebesar USD5,6 milyar pada tahun 2015. Sementara, pada kuartal I/2016 nilainya telah mencapai USD2,37 milyar “ pertumbuhan industri makanan dan minuman juga dapat dilihat dari nilai investasi, dimana perkembangan realisasi investasi pada kuartal I/2016 sebesar Rp 8,9 triliun untuk penanaman modal dalam negeri dan penanaman modal asing sebesar USD468,86 juta” paparnya (www.koran-sindo.com, diunduh pada tanggal 7 Oktober 2016).

Indonesia merupakan negara produsen kopi keempat terbesar dunia setelah Brazil, Vietnam dan Colombia. Dari total produksi, sekitar 67% kopinya diekspor sedangkan sisanya (33%) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri berdasarkan hasil survei LPEM UI tahun 1989 adalah sebesar 500 gram/kapita/tahun. Dewasa ini kalangan pengusaha kopi memperkirakan tingkat konsumsi kopi di Indonesia telah mencapai 800 gram/kapita/tahun. Dengan demikian dalam kurun waktu 20 tahun peningkatan konsumsi 300 gram/kapita/tahun. Strata industri kopi dalam negeri sangat beragam, dimulai dari unit usaha berskala home industri hingga industri kopi berskala multinasional. Produk produk yang dihasilkan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi kopi dalam negeri, namun juga untuk mengisi pasar diluar negeri. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumsi kopi di dalam negeri merupakan pasar yang menarik bagi kalangan pengusaha yang masih memberikan prospek dan peluang sekaligus menunjukkan adanya kondisi yang kondusif dalam berinvestasi dibidang industri kopi. (www.aeki-aice.com, diunduh pada tanggal 7 oktober 2016).

Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dan pertumbuhan kelas menengah mendorong kinerja industri pengolahan kopi di dalam negeri hingga mengalami peningkatan yang signifikan. Pertumbuhan konsumsi produk kopi olahan di dalam negeri meningkat rata rata lebih dari 7 persen per tahun. (www.kemenperin.co.id, diunduh pada tanggal 7 oktober 2016). Pada tahun 2015, industri makanan dan minuman menjadi peluang dalam bisnis yang cukup baik. Menurut menteri perindustrian Saleh Husin dalam acara jumpa pers akhir tahun 2016 akan menjadi industri prioritas selain industri logam hingga ponsel. Sebab sektor makanan dan minuman ini pertumbuhannya cukup tinggi dan selalu

neracanya positif walaupun ekonomi melambat (www.finance.detik.com, diunduh pada tanggal 7 oktober 2016).

Jauh sebelum kopi menjadi bagian dari lifestyle seperti saat ini, excelsco sudah mulai memperkenalkan kopi berkualitas bagi masyarakat Indonesia. Tahun 1991, dimana coffee shop belum sebanyak sekarang dan jaringan coffee shop internasional belum masuk, Excelsco sudah berdiri sebagai coffee shop lokal pertama yang menyajikan kopi berkualitas. Sebagai bagian dari kapal api group, excelsco berusaha memperkenalkan definisi kopi berkualitas menurut mereka ke masyarakat Indonesia. Kopi yang berkualitas adalah yang diperhatikan A hingga Z, dalam arti kata, kopi yang diperhatikan bagaimana perkebunannya, proses penanamannya bahkan hingga karung penyimpanannya pun berpengaruh pada kualitas kopi. Keemasan yang memadai, kemudian disajikannya seperti apa, itu yang menjadi penilaian pada kopi yang berkualitas “. (www.bakerymagazine.com, diunduh pada tanggal 7 oktober 2016).

Excelsco adalah sebuah outlet kopi asal Indonesia yang berdiri sejak 1991. Outlet ini pertama kali dibuka di plaza Indonesia pada September 1991. Kafe ini terdiri dari tiga jenis yakni de Excelsco, kafe Excelsco dan Excelsco Express. Sampai dengan namanya, de Excelsco menyuguhkan konsep yang mewah, pelayanan lebih personal serta penyajian menu yang lebih variasi. Sedangkan kafe Excelsco Outlet dengan konsep kafe. Yang terakhir, Excelsco Express adalah mini kafe. Sampai sekarang, Excelsco mempunyai lebih dari 100 gerai yang tersebar di 28 kota di Indonesia. Tentunya hal tersebut tak lepas dari tuntutan masyarakat yang telah menjadikan kopi sebagai kopi hidup. Gerai ini menawarkan kopi sebagai menu utama, tapi ada juga minuman dengan campuran kopi baik panas maupun dingin.

Bagi yang tidak suka kopi juga ada varian teh serta minuman berbahan dasar buah. Untuk memberi pelayanan terbaik pada konsumen, Excelso bekerja dengan melandaskan visi menjadi kafe nomor satu di Indonesia dengan kopi terbaik serta memberi pelayanan yang memuaskan. Selain dalam bentuk gerai, biji kopi Excelso juga dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan kopi kelas menengah ke atas dan menghapus image kopi campuan. Excelso juga masih anak perusahaan dari Kapal Api Group (www.profil.merdeka.com, diunduh pada tanggal 7 Oktober 2016).

Excelso sebagai salah satu coffee shop di Surabaya, mereka ingin bertahan dan meningkatkan customer loyalty. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi peningkatan customer loyalty. Di dalam penelitian ini ada beberapa faktor-faktor yang diteliti yaitu customer satisfaction, trust, switching barrier, service quality dan intimacy di dalam mempengaruhi customer loyalty. Menurut Kotler, Hayes dan Bloom (dalam Alma 2002:275) ada enam alasan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan pertama: pelanggan yang sudah ada memiliki prospek yang lebih besar untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan. Kedua: biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, jauh lebih kecil daripada mencari pelanggan baru. Ketiga: pelanggan yang percaya kepada suatu lembaga dalam suatu urusan bisnis, cenderung akan percaya juga pada urusan bisnis yang lain. Keempat: jika sebuah perusahaan lama memiliki banyak pelanggan lama, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan karena adanya efisiensi. Pelanggan lama sudah barang tentu tidak akan banyak lagi tuntutan, perusahaan cukup menjaga dan mempertahankan mereka. Untuk melayani mereka bisa digunakan karyawan-karyawan baru dalam rangka melatih

mereka, sehingga biaya pelayanan lebih murah. Kelima : pelanggan lama tentunya telah banyak memiliki pengalaman positif yang berhubungan dengan perusahaan , sehingga mengurangi biaya psikologis dan sosialisasi, keenam: pelanggan lama akan berusaha membela perusahaan dan mereferensikan perusahaan tersebut kepada teman-teman maupun lingkungannya. Oleh karena itu Excelso harus memperhatikan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan . pelanggan Excelso dapat memiliki Excelso Card setelah makan dan minum ditempat dengan jumlah Rp 100.000, pelanggan sudah bisa mendapatkan Excelso Card dan langsung mendapat voucher potongan dengan jumlah Rp 50000 dan langsung mendapat potongan 10%. (www.excelso-coffee.com, diunduh pada tanggal 9 Oktober 2016).

Menurut Tjiptono (2000:110) adalah loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan setiap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Ada beberapa pelanggan yang diperharikan selama kurang lebih 1 bulan, mereka bisa datang berulang-ulang kali datang ke Excelso untuk makan ataupun minum. (www.bakerymagazine.com, diunduh pada tanggal 9 Oktober 2016). Menurut Kotler dan Keller (2007:177) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan. Excelso selalu menciptakan suasana yang berada di cafe yang lainnya. Dimana Excelso membuat tempat smoking room di dalam ruangan sedangkan non smoking di luar ruangan. Itu salah satu yang membuat para konsumen merasa puas, dan juga dengan pelayanan yang cukup ramah dan cepay. Penghargaan *Minimarket & Convince Store of the Year* dari Roy Morgan Research pada ajang

customer satisfaction award 2014. (www.masterserviceawards.com, diunduh pada tanggal 9 oktober 2016).

Menurut Ranaweera dan Prabu, (2003) definsi hambatan berpindah atau switching barriers adalah pembebanan konsumen terhadap sumber daya dan kesempatan yang diperluakn bila iaa pindah atau pembatas terhadap tindakan untuk pindah. Selain itu variable ini dibangun berdasarkan indikator dari penelitian sebelumnya yaitu gremlr dan brown (ranaweera dan prabu, 2003). Pelanggan merasa bahwa excelso merupakan tempat yang bisa mereka menghabiskan waktudan merasa menyenangkan dan tiak ingin berpindah ke tempat lainnya. (www.excelso-cofee.com, diunduh pada tanggal 9 oktober 2016).

Menurut Morgan dan Hunt (1994) kepercayaan adalah suatu vaiabel kunci untuk memelihara suatu hubungan jangka panjang, termasuk pada sebuah merek. Hubungan jangka panjang akan meningkatjan tingkat trust konsumen teradap harapan yang akan diterima di perusahaan (gwinner, gremler dan bitner dalam simon, auh dan smalley, 2005), sehinga akan mengurangi kegelisahan konsumen terhadap pelayanan diterimanya, sehingga merupakan penghalang dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pemilihan (switching barrier). Setiap pelanggan yang datang ke excelso, mereka selalu kembali datang ke layanan, kualitas produk dan sebagainya. Bisa juga dilihat dari pelanggan excelso tidak ingin berpindah ke tempat yang lain (www.manado.tribuns.com, diunduh pada tanggal 9 oktober 2016). Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidakmengakibatkan kepemilikan apapun. Excelso cafe mendapatkan penghargaan untuk pelayanan yang bagus dan

sesuai dengan harapan konsumen. (www.masterserviceawards.com, diunduh pada tanggal 9 oktober 2016).

Keakaban juga sangat penting bagi semua orang yang membentuk rasa percaya terhadap sesuatu. Keintiman pelanggan dieksploitasi sebagai salah satu dari tiga nilai disiplin yang tersedia untuk perusahaan untuk membrikan nilai nilai untuk pelanggan mereka. Hal ini membuahkan perusahaan memahami pelanggan mereka dan memenuhi kebutuhan khusus mereka (Treacy & Wiersema, 1993). Dari perspektif pelanggan, biasanya, itu mencakup perhatian dari penyediaan layanan, saling menceritakan rahasia, dan komunikasi, dan bahkan rasa kepercayaan (Kellogg & Chase, 1995). Excelso membuat dan menciptakan keakraban dengan semua konsumen. Konsumen dianggap sebagai raja dan ratu di dalam Excelso. Hampir semua konsumen merasa puas dengan layanan Excelso. Karena itu beberapa konsumen tertentu bisa hampir setiap hari datang ke Excelso. (www.bakerymagazine.com, diunduh pada tanggal 9 oktober 2016).

1.2 Batasan Penelitian

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *customer satisfaction*, *intimacy*, *trust*, *switching barrier*, *service quality*, dan *intimacy* di dalam mempengaruhi customer loyalty Excelso di Surabaya.
2. Pengujian ini diteliti menggunakan kuesioner yang dibagikan.
3. karakteristik responden yang diteliti yaitu: responden yang berdomisili di Surabaya yang pernah melakukan pembelian lebih dari 3 kali dalam 4 bulan terakhir di Excelso di Surabaya

Oleh karena itu perlu melakukan suatu penelitian agar dapat kita ketahui apa saja yang diinginkan pelanggan dan harapan apa mereka harapkan dari Excelso, agar supaya mereka tetap loyal di Excelso. Untuk itu, dilakukan sebuah penelitian mengenai customer satisfaction, intimacy, trust, switching barrier, service quality, dan intimacy di dalam mempengaruhi customer loyalty Excelso di surabaya

1.3 Rumusan Masalah

Adapun masalah dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction, intimacy, trust, switching barrier, service quality, dan intimacy* yang mempengaruhi *customer loyalty* pada pelanggan Excelso di surabaya” selanjutnya untuk menjawab penelitian tersebut akan digunakan pertanyaan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada produk Excelso di surabaya
2. Apakah kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*) pada produk Excelso di surabaya.
3. Apakah keakraban (*intimacy*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*) pada produk Excelso di surabaya.
4. Apakah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) pada produk Excelso di surabaya.

5. Apakah kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) pada produk Excelso di Surabaya.
6. Apakah hambatan (*switching barrier*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) pada produk Excelso di Surabaya.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah menganalisis:

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada produk Excelso di Surabaya.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepercayaan (*trust*) pada produk Excelso di Surabaya.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keakraban (*intimacy*) terhadap kepercayaan (*trust*) pada produk Excelso di Surabaya.
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) pada produk Excelso di Surabaya.
5. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) pada produk Excelso di Surabaya.

6. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis hambatan (*switching barirer*) terhadap kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) pada produk Excelso di surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan agar bermanfaat bagi semua orang yang bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.51 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan agar supaya dapat mengetahui sejauh mana kualitas layanan (*service quality*), keakraban (*intimacy*), kepercayaan (*trust*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), hambatan (*switching barier*) terhadap kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*). Penelitian ini juga dapat mengetahui faktor mana yang lebih dominan terhadap kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi atau acuan bagi faktor faktor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) Excelso dan juga dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.52 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai beberapa pihak antara lain:

1. instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu Excelso di surabaya, agar bias menjadikan penelitian ini sebagai salah satu sumber data untuk

mengembangkan *customer loyalty* bagi Excelso agar supaya kedepanya lebih banyak peminatnya.

2. Memberikan pengetahuan tambahan untuk pihak yang membutuhkan perhatian terkait kepada kualitas makanan dan minuman, kualitas pelayanan, kualitas kepuasan, dan juga fasilitas – fasilitas di dalam Excelso sehingga pelanggan bisa puas dan kembali terus untuk membeli di Excelso

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 11 : Tujuan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini berisi tentang uraian dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB 111 : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel juga metode analisis data.

BAB 1V : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas mengenai tampilan data penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasan mengenai hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data yang telah diperoleh.

BAB V : Kesimpulan

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

