

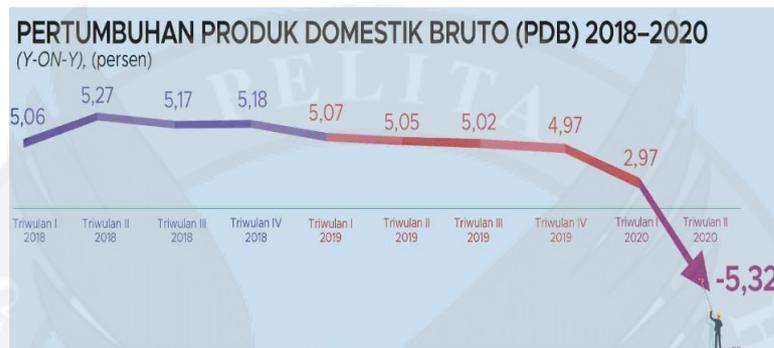
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada tahun 2020, pertumbuhan penduduk di negara Indonesia meningkat sebesar 32,56 juta jiwa dengan total populasi 270,2 juta jiwa berdasarkan hasil SP2020 (Sus Penduduk) pada bulan September 2020. Kenaikan ini didominasi oleh penduduk dengan tingkat kelas menengah dan tingkat kelas atas sehingga kepadatan penduduk dapat mendorong pertumbuhan pada sektor industri makanan dan minuman yang salah satunya disebabkan oleh pendapatan masyarakat serta pertumbuhan kelas menengah dan kelas atas dari masyarakat ([www.setgab.go.id](http://www.setgab.go.id) diunduh pada tanggal 18 Februari 2021). Perkembangan kelas menengah menjadi salah satu kunci pertumbuhan ekonomi dan kemajuan Indonesia. Bank Dunia mencatat, ada sebanyak 45% populasi atau 115 juta orang yang berpotensi naik status menjadi kelas menengah di Indonesia dan menjadi motor perekonomian Indonesia ke depan ([www.nasional.kontan.co.id](http://www.nasional.kontan.co.id) diunduh pada tanggal 18 Februari 2021). Pada tahun 2020, Upah Minimum Provinsi (UMP) dan Upah Minimum Kabupaten / Kota (UMK) di sejumlah daerah Tahun 2020 meningkat, Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) memutuskan untuk menaikkan UMP dan UMK tahun 2020 sebesar 8,51 persen. Dalam Surat Edaran (SE) Menteri Ketenagakerjaan Nomor B-m/308/HL.01.00/X/2019 tanggal 15 Oktober 2019 tentang Penyampaian Data Tingkat Inflasi Nasional dan Pertumbuhan Produk Domestik Bruto Tahun 2019, kenaikan 8,51 persen itu berlaku untuk seluruh provinsi RI. Dengan

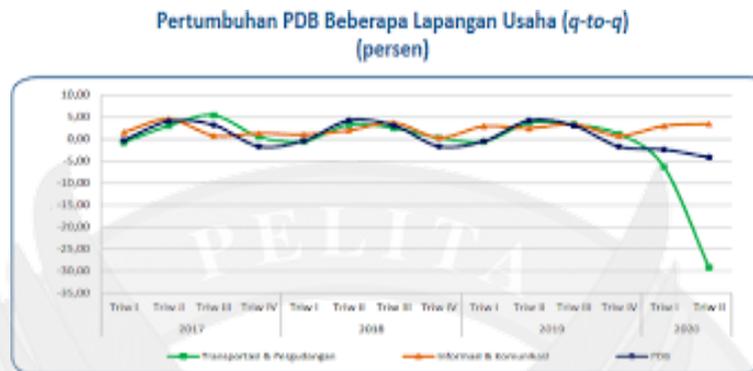
kenaikan Upah Minimum Provinsi dapat mengembangkan dan menumbuhkan di bidang sektor industri makanan di seluruh provinsi Indonesia. Dengan kenaikan UMP dan UMK membuat pendapatan masyarakat meningkat (www.money.kompas.com diunduh pada tanggal 18 Februari 2021).



**Gambar 1. 1** Persentase pertumbuhan Produk Domestik Bruto (*Year-ON-Year*)  
Sumber: <https://www.bareksa.com> (diunduh pada tanggal 18 februari 2021)

Pada gambar 1.1 adalah presentase pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) dari tahun ke tahun. Ekonomi Indonesia pada triwulan II-2020 dibanding triwulan II-2019 (*year to year*) mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 5,32 persen. Kontraksi pertumbuhan terjadi pada hampir semua lapangan usaha. Lapangan usaha yang mengalami penurunan yang cukup tinggi adalah lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan sebesar 30,84 persen; dan Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 22,02 persen. Industri Pengolahan yang memiliki peran dominan juga mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 6,19 persen. Di sisi lain, beberapa lapangan usaha masih mengalami pertumbuhan positif, di antaranya Informasi dan Komunikasi sebesar 10,88 persen; Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang sebesar 4,56 persen; dan

JasaKesehatan dan Kegiatan Sosial sebesar 3,71 persen. Adapun Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan juga tumbuh sebesar 2,19 persen.



**Gambar 1. 2 Pertumbuhan PDB lapangan usaha (kuartal- to- kuartal) (persen).**

Sumber: [www.ppukab.bps.go.id](http://www.ppukab.bps.go.id) (diunduh pada tanggal 18 Februari 2021)

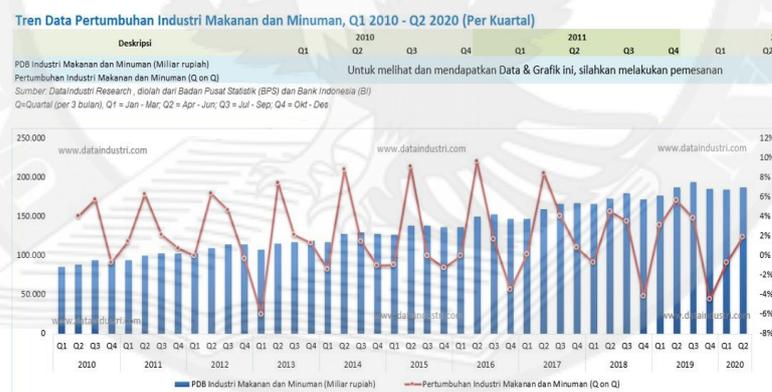
Pada gambar 1.2 adalah data pertumbuhan PDB lapangan usaha dari kuartal ke kuartal. Ekonomi Indonesia pada triwulan II-2020 (*kuartal to kuartal*) terhadap triwulan I-2020 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 4,19 persen. Lapangan usaha yang mengalami kontraksi pertumbuhan diantaranya Transportasi dan Pergudangan sebesar 29,22 persen; Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 22,31 persen; dan Jasa Lainnya sebesar 15,12 persen. Di sisi lain, beberapa lapangan usaha masih mengalami pertumbuhan positif, yaitu Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan sebesar 16,24 persen; Informasi dan Komunikasi sebesar 3,44 persen; dan Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang sebesar 1,28 persen ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) diunduh pada tanggal 18 Februari 2020).

Adapun sektor industri makanan dan minuman mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia sepanjang tahun 2020 dengan keadaan *pandemic covid-19* yang cukup berdampak dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data, pada triwulan I tahun 2020, sektor industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 36,4% terhadap PDB manufaktur. Pada periode yang sama

pertumbuhan sektor industri ini mencapai 3,9%. Sementara pada semester I 2020, industri makanan dan minuman memberikan sumbangsih paling besar terhadap capaian nilai ekspor pada sektor manufaktur, dengan angka menembus US\$13,73 miliar atau sekira Rp203,36 triliun (www.wartaekonomi.co.id diunduh pada tanggal 18 Februari 2021).



**Gambar 1. 3 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2010 - 2020**  
 Sumber: www.dataindustri.com diunduh pada 18 Februari 2021



**Gambar 1. 4 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman (Perkuartal)**  
 Sumber: (www.dataindustri.com diunduh pada 18 Februari 2021)

Pada gambar 1.4 adalah data pertumbuhan industri makanan dan minuman perkuartal dari tahun 2010 sampai 2020. Sepanjang semester satu 2020 Kinerja ekonomi Indonesia terhadap semester satu 2019 mengalami kontraksi hingga minus 5,32%. Beberapa sektor industri pun mengalami hal yang sama, yaitu kinerja minus.

Namun kinerja industri makanan semester satu 2020 terhadap semester satu tetap mengalami pertumbuhan yang positif 2,0 persen Sedangkan, pertumbuhan kuartal dua 2020 terhadap kuartal dua 2019 mengalami pertumbuhan sebesar 1,9 persen ([www.dataindustri.com](http://www.dataindustri.com) industri diunduh pada tanggal 18 Februari 2021).

Strategi dalam industri makanan dan minuman sangatlah beragam dan tentunya tidak ada matinya. Bisnis kuliner selalu memiliki pasar tersendiri dalam peranannya. Pertumbuhan Bisnis kuliner ini tidak hanya berlaku di kota - kota besar, tetapi di seluruh kota dan kabupaten di Indonesia, dan tak terkecuali Kabupaten Sidoarjo, Hal ini bisa di lihat Pada triwulan ketiga 2019 sudah ada 55 objek pajak baru dari sektor pajak restoran, kafe maupun rumah makan. Data BPPD pajak restoran, dalam catatan BPPD sidoarjo pajak restoran hingga bulan September 2019 sudah mencapai Rp 66,238 miliar. Hal ini membuktikan bahwa pertumbuhan Bisnis kuliner di Kabupaten Sidoarjo mengalami pertumbuhan industri makanan dalam sektor restoran, kafe, dan rumah makan. Pertumbuhan bisnis ini tak lepas dari banyaknya faktor yang mempengaruhinya. Faktor yang cukup signifikan terlihat yaitu banyaknya anak muda yang mengempakkan sayapnya dalam dunia bisnis kuliner ([www.radarsurabaya.jawapos.com](http://www.radarsurabaya.jawapos.com) di unduh pada tanggal 19 februari 2021).

Pengusaha kuliner di Jawa Timur menjadi tren anak muda. Bisnis kuliner di Jawa Timur Sebagian besar di kuasai oleh anak muda. Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) peningkatan kuliner pada bulan Ramadhan dan Idul fitir meningkat secara signifikan. Sebanyak 30-40 persen bisnis kuliner di Jawa Timur di miliki oleh kaum milenial yang membidik segmen menengah, terutama di

Surabaya banyaknya bisnis kuliner yang di miliki oleh kaum milenial yang baru bermunculan ([www.nuconomic.com](http://www.nuconomic.com) diunduh pada tanggal 19 Februari 2021).

Semakin banyaknya tempat kuliner baru yang bermunculan membuat semakin banyak persaingan untuk mendapatkan target dari konsumen. Pemilik kafe, restoran, ataupun bisnis kuliner yang ada di Sidoarjo. Persaingan yang sangat ketat ini membuat para pemilik restoran dan kafe berlomba – lomba menyajikan makanan, tempat, dan minuman yang menarik, dan persaingan harga pun terjadi karena banyaknya tempat kuliner baru yang bermunculan. Segmen yang menjadi target dari setiap pemilik sangatlah beragam. Mulai dari kelas menengah ke bawah hingga kelas menengah ke atas, sama seperti bidang industri pada umumnya, dalam industri makanan dan minuman dalam bisnis kuliner tentu nya masing masing memiliki ciri khas atau tren tersendiri yang di tentukan oleh pemilik untuk mendapatkan target dari restoran dalam masa sekarang. Terutama tren anak muda pada jaman sekarang yang suka berpergian ke tempat nongkrong seperti kafe berbasis kopi dan memiliki tempat yang nyaman dan menarik bagi kaum milenial ([www.jawapos.com](http://www.jawapos.com) di unduh pada tanggal 19 Februari 2021).

Kafe Source coffee yang ber alamat di Jl. Citra Padova, perum Belf Bulusidokare, Sidoarjo adalah salah satu kafe baru yang memiliki segmen pelanggan kelas menengah dan juga kafe yang memiliki target anak muda di Sidoarjo yang berdiri pada tahun 2020. Kafe ini cukup baru dalam pasar persaingan bisnis kuliner yang semakin banyak kompetitor nya di Sidoarjo. Source coffee Sidoarjo ini memiliki konsep gabungan design dari Beach Walk dan Hardrock Bali dan segala suasana yang autentik yang mendukung dalam segala hal, Pelanggan

dapat menikmati area *lounge* dan ruang makan tertutup serta Taman yang bisa di gunakan oleh pelanggan untuk makan dengan menikmati *design* suasana Bali dan juga adanya *live music* yang membuat kafe ini memikat hati masyarakat sidoarjo terutama anak milenial di Sidoarjo. Kafe Source coffee di Sidoarjo adalah salah satu tempat makan yang menengah ke atas yang berlokasi di Jl. Citra Padova, perum Bef Bulusidokare, Sidoarjo. Adapun tempat makan yang juga berada di sini, yaitu Warkop Ben Padang, Warkop Ben Padang adalah salah satu tempat makan yang berkelas menengah ke atas dan tempat makan yang tidak kalah terkenal, berbeda dengan kafe tersebut, Source Coffee menyediakan tempat yang begitu indah dengan tema Bali dan suasana yang indah (www.brisik.id di unduh pada tanggal 21 Februari 2021).

**Tabel 1. 1 Daftar Pesaing Source Coffe di Sidoarjo**

Kafe	Jumlah Gerai	Review Google
Source Coffee	1	4,0 (116 reviews)
Manis Ae	1	4,6 (5 reviews)
Defins Art Kafe	1	4,4 (345 reviews)
Tosca Kafe	1	3,7 (158 reviews)

Sumber: (www.google.com diunduh pada 22 Februari 2021)

Di Sidoarjo, salah satu yang menjadi kompetitor kedua adalah Defins Art Kafe yang merupakan tempat makan baru berdiri pada tahun 2020. Tempat makan ini memiliki segmen kelas menengah ke atas yang memberikan pengalaman makan kelas menengah ke atas dengan dukungan *design* coretan mural yang berasal dari seniman Yogyakarta di dinding kafe, mulai dari mural abstrak, pahlawan kartun hingga wajah musisi terkenal dunia juga tergores disana. Pada awalnya Defins Art Kafe ini memiliki konsep industrial “*love and live*” atau cinta dan kehidupan yang sejatinya semua tumpah ruah dan jadi satu masuk di dalamnya. Karena berjalanya waktu Defins Art Kafe ingin menyasar semua segmen dan tidak hanya kaum anak

muda melainkan bapak- bapak, ibu – ibu, dan keluarga. Maka dari itu Defins Art Kafe menambahkan menu “*coffee*” hingga *soft drink*, *lunch* dan *light meal* (www.sidoarjonews.id diunduh pada tanggal 22 Februari 2021). Sebagai salah satu kafe di sidaorjo yang ingin terus bertahan dalam menghadapi munculnya pesaing baru dengan menysasar segmen kelas menengah ke atas yang saat ini semakin berkembang maka kafe Source Coffee di Sidoarjo perlu meningkatkan *Customer Loyalty* dari pelanggan Kafe Source coffee di Sidoarjo. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui variabel – variabel yang mempengaruhi *Customer Loyalty* pelanggan Kafe Source Coffee Sidoarjo.

Dalam penelitian ini, adapun faktor – faktor yang diteliti yaitu, dimensi dari (*Food Quality*, *Price*, *Environment*, dan *Service Quality*) yang mempengaruhi *Customer Loyalty* melalui dimensi dari *Customer Satisfaction*. *Customer Loyalty* mengacu pada perasaan keterikatan terhadap objek dan memiliki komitmen serta konsisten untuk melakukan pembelian kembali” (Casidy dan Wymer, 2016) dan mencerminkan 2 konsep yakni, sikap dan perilaku (Ganesh *et al.*, 2000). Dimensi perilaku mengacu pada perilaku makan di restoran yang sama dan berulang, sedangkan dimensi sikap mengacu pada niat pelanggan untuk membeli kembali dan merekomendasikan restoran sehingga dianggap sebagai karkarakteristik dari pelanggan yang loyal (Ryu *et al.*, 2012). Pelanggan yang dianggap *loyal* sangat berarti dalam menjalankan suatu bisnis pada berbagai sektor karena untuk mendapatkan pelanggan baru biasanya memakan waktu dan biaya yang lebih. Dalam hal ini Kafe Source Coffee Sidoarjo membuka cabang baru di malang terlihat pada (Gambar 1.5) yang secara tidak langsung adalah hasil berdasarkan

survei pelanggan yang pernah datang dan memunculkan berbagai perilaku pembelian ulang, penilaian dan deskripsi testimoni yang menunjukkan bahwa sejauh ini Kafe Source Coffee merupakan Kafe yang menjadi tempat makan favorit para pelanggan sehingga kafe Source Coffee membuka cabang Source Coffee baru terlihat pada gambar 1.5 (www.portalsidoarjo.com diunduh pada tanggal 22 Februari 2021).



**Gambar 1.5 Cabang Baru Kafe Source Coffee Sidoarjo**  
Sumber: Dokumentasi pribadi (diunduh pada tanggal 22 Februari 2021)



**Gambar 1.6 Customer Satisfaction pada Kafe Source Coffee Sidoarjo**  
Sumber: www.google.com (diunduh pada tanggal 22 Februari 2021)

*Customer Satisfaction* adalah evaluasi keseluruhan pelanggan atas pengalaman dari pembelian dan konsumsi suatu layanan didefinisikan sebagai *Customer Satisfaction* dan ini adalah evaluasi subjektif yang dianggap kritis penting (Namkung dan Jang, 2008) karena merupakan kunci untuk keuntungan yang lebih tinggi dalam jangka panjang (Stamenkovic dan Milanovic, 2015). Secara umum sebagai akibat dari hasil yang diharapkan dimana *Customer Satisfaction* terhadap suatu proses atau hasil yang diharapkan sesuai (Gallan *et al.*, 2013). Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa tidak puas namun jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sejauh ini, Kafe Source Coffee Sidoarjo belum pernah menerima keluhan – keluhan yangb serius atau ulasan yang buruk di internet maupun media lain mengenai pelayanan dan makanan yang disajikan dari sini terlihat bahwa pelanggan yang mengunjungi memberikan komentar yang puas pada kafe Source Coffee sidoarjo dan memberi penilaian pada Kafe selalu merasa puas terlihat pada gambar 1.6 diatas.



**Gambar 1. 7 Food Quality** pada Kafe Source Coffee Sidoarjo  
Sumber: Dokumentasi pribadi pada tanggal 20 Februari 2021

Adapun juga variable *Food Quality* Menurut Potter dan Hotchkiss (2015), kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Berdasarkan gambar 1.7 diatas Source Coffee mampu menjadi kafe paling rekomendasi karena kualitas makanan yang disajikan bagus dan memiliki rasa yang enak, konsumen mendapatkan pengalaman yang tidak akan didapatkan dari Kafe lain dan akan merekomendasikan Source Coffee Sidoarjo kepada teman dan keluarga (<https://portalsidoarjo.com> diunduh pada 22 Februari 2021).



**Gambar 1. 8 Price** pada Kafe Source Coffee Sidoarjo  
Sumber: Dokumentasi pribadi pada tanggal 20 Februari 2021

*Price* atau Harga diartikan sebagai memperoleh produk atau jasa apa pelanggan memberi atau membayar kepada penjual produk atau layanan pemberi. Persepsi konsumen tentang harga tergantung pada beberapa faktor seperti tingkat harga, kewajaran harga, nilai harga, persepsi harga, iklan harga, penawaran khusus, promosi, dll., yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kim *et al.* (2006), Kim dan Lee (2010), Kotler dan Keller (2016), Perreault dan McCarthy (2000), Zielke (2008). Meskipun harga tergolong menengah ke atas tetapi sebanding dengan makanan yang disajikan dan memiliki kualitas yang bagus. Pada gambar

1.8 menunjukkan *Price* dari kafe Source Coffee Sidoarjo (Dokumentasi pribadi pada tanggal 22 Februari 2021).



**Gambar 1. 9 *Environment* pada Kafe Source Coffee Sidoarjo**  
Sumber: Dokumentasi pribadi pada tanggal 20 Februari 2021

*Environment* atau lingkungan adalah persepsi pelanggan tentang kualitas atmosfer mereka. Lokasi yang mudah dijangkau dan lingkungan yang menarik keduanya memiliki kontribusi untuk meningkatkan penjualan dan belanja konsumen di restoran pengertian tersebut didefinisikan oleh Baker dan Wakefield (2012), Jani dan Han (2015), Levy dan Weitz (2012), Ryu dan Han (2010), Sands *et al.* (2015). Sebagaimana variabel ini penting untuk diperhatikan oleh para pelaku bisnis terutama yang berbisnis *food and beverage*, Kafe Source Coffee yang berlokasi di Sidoarjo, Jawa Timur memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat di kota Sidoarjo dan memiliki *Environment* yang bagus dan juga sesuai dengan target konsumen yaitu kalangan anak muda atau biasa dikenal dengan milenial. Kafe Source Coffee juga terlihat menawarkan *Environment* yang menarik untuk di kunjungi dengan suasana *design* yang unik serta berbeda dengan Kafe-kafe sekitar karena bernuansa seperti di Hardrock Bali yang tentunya dapat lebih menarik perhatian banyak masyarakat sekitar.



**Gambar 1. 10** *Service Quality* pada Kafe Source Coffee Sidoarjo  
Sumber: Dokumentasi pribadi pada tanggal 20 Februari 2021.

Malik *et al.*, (2014) mengungkapkan komponen kualitas layanan (*Service Quality*) seperti penampilan karyawan, penampilan fisik dan kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Ryu dan Han (2009) menyatakan, kualitas layanan berperan signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan. Bahkan hasil penelitian Andaleeb dan Conway (2006) mengungkapkan, kualitas layanan menjadi faktor terpenting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan, diikuti harga dan kualitas produk. Setiap pelayan dan karyawan dari Source Coffee di Sidoarjo memiliki penampilan fisik dengan *dresscode* yang seragam setiap hari dan setiap karyawan selalu memberikan salam, senyum, dan sapa kepada setiap konsumen.

## 1.2 Batasan Masalah

Adapun Batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang dimensi dari *Food Quality*, *Price*, *Environment*, dan *Service Quality* yang mempengaruhi *Customer Loyalty*

melalui dimensi dari *Customer Satisfaction* pada kafe Source Coffee Sidoarjo.

2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
3. Adapun karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut: responden yang berdomisili di Sidoarjo, responden yang pernah datang setidaknya dua kali dalam satu tahun terakhir, baik pria maupun wanita, rentang usia 18-40 tahun (Kotler dan Amstrong, 2010) dan dengan rentang pendapatan per bulan pada kafe Source Coffee di Sidoarjo
4. Perhitungan dan analisis hasil kuisisioner menggunakan alat bantu *software* SPSS versi 25.0.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun masalah dalam penelitian ini adalah “Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi *Customer Loyalty* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo” selanjutnya untuk menjawab pertanyaan pada penelitian tersebut akan digunakan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo?
2. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo?
3. Apakah *Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo?

4. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo?
5. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *Environment* terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo.
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo.
5. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada kafe Source Coffee di Sidoarjo.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Penelitian Secara Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan pemasaran yang ada khususnya mengenai faktor-faktor dimensi dari (*Food Quality, Price, environment* dan *Service Quality*) melalui dimensi dari *Customer Satisfaction* yang mempengaruhi *Customer Loyalty* serta bagaimana masing-masing teori mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi atau acuan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *Customer Loyalty* pada pelanggan kafe Source Coffee di Sidoarjo serta bagaimana masing-masing teori mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Selain itu hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian Secara Praktis**

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

1. Instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu pelanggan kafe Source Coffee di Sidoarjo, agar bisa menjadikan penelitian ini sebagai salah satu sumber data untuk mengembangkan *Customer Loyalty* bagi kafe Source Coffee di Sidoarjo kedepannya agar lebih berkualitas pelayanannya dan lebih banyak peminatnya.
2. Memberikan pengetahuan tambahan untuk manajemen dan pihak-pihak yang terkait untuk memberikan perhatian lebih baik kepada kualitas

pelayanan, kualitas informasi dan fasilitas – fasilitas lainnya sehingga pelanggan memiliki komitmen untuk selalu setia dan mengutamakan kafe Source Coffee di Sidoarjo.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Penelitian pembahasan ini disajikan dalam beberapa bab, maka penulisan penelitian disusun secara sistematika, yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik berupa manfaat teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

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

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan pendekatan, jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel, serta metode analisis data.

#### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil dari analisis data dan pembahasan dari hasil dari uji metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel, serta metode analisis data.

#### **BAB V : KESIMPULAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian ini dan rekomendasi untuk perusahaan berdasarkan dari hasil penelitian.

