

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Surabaya adalah kota terbesar kedua di Indonesia setelah Ibu kota Indonesia yaitu Jakarta, dengan jumlah penduduk berkisar 2,8 juta penduduk pada sensus di tahun 2010. Selain sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, Surabaya juga merupakan ibu kota Jawa Timur dan menjadi pusat pemerintahan Jawa Timur. Selain itu juga menjadi pusat perdagangan, sehingga sudah selayaknya Surabaya memiliki tingkat pasar yang sangat luas dan memiliki banyak sekali kebutuhan serta tingkat perdagangan yang tinggi. Tidak heran jika warga masyarakat Surabaya juga mengalami peningkatan daya beli yang cukup signifikan jika di bandingkan dengan warga kota lain yang ada di Indonesia (<http://ekonomibisnis.suaraSurabaya.net/>, diunduh pada tanggal 4 Februari 2016). Sebagai kota yang sangat besar, Surabaya juga memiliki berbagai jenis wisata yaitu wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata kuliner, dan lain-lain.

Sekarang ini, perkembangan wisata kuliner sangat berkembang dengan sangat pesat. Dapat dilihat terdapat berbagai bazar yang mudah ditemui di *mall-mall* besar di Surabaya, dimana kita dapat mencicipi produk-produk baru hasil kreasi anak bangsa (<http://www.bangsaonline.com>, diunduh pada tanggal 4 Februari 2016). Tidak heran jika banyak orang yang berlomba-lomba ingin membuat makanan yang mereka jumpai di dalam bazar-bazar tersebut. Namun, terkadang bahan-bahan yang digunakan untuk membuat yang kita cari di toko-toko biasa seperti alfamart supirondo dan berbagai retailer lainnya. Tetapi kita harus mencarinya di toko bahan kue yang menjual khusus bahan-bahan untuk pembuatan kue atau makanan. Tidak heran jika sekarang banyak bermunculan toko penyedia bahan kue atau makanan karena tingkat kebutuhan masyarakat yang sangat tinggi dan jumlah penduduk yang banyak. Tetapi toko bahan kue di Surabaya ini masih tergolong kurang atau jarang jika di bandingkan dengan jumlah pasar yang ada. Di artikan kurang ini bukan bahan kuenya habis dan masyarakat lain kehabisan, melainkan akses para masyarakat untuk menuju ke toko bahan kue sangatlah jauh dan sulit bagi sebagian orang yang rumahnya

berada jauh dari toko bahan kue tersebut. Dan menghabiskan banyak waktu di jalan belum jika toko sedang dalam keadaan ramai akan membuang waktu lagi untuk antri, karena adanya keuntungan di bidang penyedia bahan kue ini tidak lama lagi pasti segera banyak bermunculan toko penyedia bahan kue ini dan untuk menghadapi persaingan yang ada, toko penyedia bahan kue juga perlu mengetahui bahwa ada beberapa variable yang mempengaruhi terhadap *store loyalty* atau kesetiaan pelanggan itu sendiri, karena kesetiaan pelanggan terhadap toko atau di sebut juga dengan *Store Loyalty* merupakan kunci dari kesuksesan bersaing oleh suatu perusahaan adapun beberapa faktor yang diteliti yaitu *physical design, atmosphere, employees, self congruity, product quality, prices, service quality*.

Diana Cake adalah salah satu toko penyedia bahan kue atau makanan yang di dirikan oleh pemilik nya yaitu Ibu Diana Agustin dan berlokasi di Surabaya bagian Timur lebih jelas nya Rungkut menanggal harapan blok J.no 4. Toko Diana Cake sudah berdiri sejak tahun 2012 masih terhitung berusia dini jika di bandingkan dengan toko toko pesaing nya seperti Arvian, Toko delapan, Toko sopoyono. Tetapi Diana Cake mengambil posisi di Rungkut di karenakan jarang nya ada toko bahan kue di sekitar Rungkut. Toko Diana Cake tidak hanya menjual bahan kue atau makanan nya saja, tetapi juga menjual kue dan masakan sesuai dengan pesanan (*Request by order only*). Toko yang di dirikan oleh ibu Diana tersebut lebih mementingkan ke *service quality* nya karena untuk sebuah harga produk tidak akan jauh berbeda dengan toko toko lain nya. Jadi yang membedakan dengan toko lain nya. Dan menjadi sumber kekuatan utama toko Diana Cake dalam membangun sebuah kepercayaan pelanggan untuk tetap kembali ke toko Diana Cake ini.

Store Loyalty didefinisikan sebagai kecenderungan untuk pelanggan menggunakan store, dengan mewujudkan kecenderungan ini secara sekaligus kedalam karakteristik sikap dan perilaku (Blue et al., 2007), toko Diana Cake sudah memiliki hal ini di buktikan sejak pertama kali berdiri pada tahun 2012 pelanggan yang datang terus bertambah dan orang yang datang rata rata sudah lebih dari 1x datang di Toko Diana Cake. Variable yang mempengaruhi *store loyalty* adalah, : (1) *Product Quality* Menurut Kotler dan Armstrong (2008)

kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Sedangkan menurut Garvin dan A.Dale Timpe (1990, dalam Alma, 2011) kualitas adalah keunggulan yang di miliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. tetapi untuk bahan kue hampir semua *product quality* nya sama yang membedakan *product quality* yang ada di Diana Cake adalah kue yang di buatnya Diana Cake sudah memiliki Product Quality ini dapat di buktikan dari pesanan yang selalu meningkat dari tahun ke tahun untuk pemesanan kue karena lebih mengutamakan kualitas dari pada kuantitas ataupun harga.

(2.) *Prices* Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 439) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Nitisemito (2000), memberikan definisi price (harga) sebagai nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Untuk di Diana Cake harga adalah hal yang penting karena kita bergerak dalam bidang distributor bahan makanan yang nantinya akan di pergunakan para pembeli untuk membuat barang jadi yang lebih bernilai jual, jadi harga merupakan faktor yang terpenting, Toko Diana Cake telah memiliki varibale ini dengan bukti harga yang di jual untuk produk umum seperti tepung, telur, mentega memiliki harga yang sama dengan distributor bahan kue lain nya yang ada di Surabaya.

(3) *Service Quality* Menurut Lewis dan Broom (1983) dalam Tjiptono (2004), service quality (kualitas layanan) merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan konsumen. Service quality merupakan varibale yang paling penting di antara variable lainnya, yang memiliki tingkat signifikansi yang paling tinggi dalam mempengaruhi *store loyalty* dari Diana Cake. Hasil penelitian yang di lakukan oleh Qin (2010) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap customer satisfaction dalam industry makanan dan minuman. Kualitas layanan juga merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2007 dalam Widagdo, 2011). Toko Diana Cake sudah memiliki *service quality* yang baik hal ini dapat di buktikan dari para pelanggan yang sangat senang untuk datang dan berbincang bincang dengan pemilik toko ataupun karyawan toko mereka sangat terbuka dan saling berbagi pengalaman. ke tiga variable di atas di pengaruhi oleh *self congruity self congruity* itu sendiri di miliki variable yang mempengaruhi store loyalty sebagai berikut, : (1) *Physical design* dari toko itu sendiri yang berkaitan dengan kenyamanan toko dan aspek fisi lain nya yang dapat di lihat kasat mata oleh para pembeli (Downs, 1970) Toko Diana Cake sudah memiliki *physical design* yang menarik dapat di buktikan dari Toko yang memiliki tembok berwarna warni hiasan hiasan yang lucu dan menarik seperti yang terlihat pada (Gambar 1.1)

Gambar 1.1 : Dekorasi Diana Cake



Dekorasi dan susunan barang yang ada di toko Diana Cake
 Sumber : (Dokumentasi Pribadi, 2016)

(2) *Ambient Atmosphere* dari toko yaitu berkaitan dengan perasaan yang tidak bisa di lihat oleh kasat mata tentang suasana pada saat masuk atau berbelanja di toko tersebut (Howell & Rogers 1980). Seperti yang terlihat pada(Gambar 1.2) dimana para konsumen bebas untuk berbicara memilih barang nya dan merasakan suasana nyaman dan tidak tertekan.

Gambar 1.2 : Atmosphere atau suasana di Diana Cake



Suasana yang ada di Toko Diana Cake pada saat berbelanja

Dan juga variable yang bisa di anggap memiliki kontribusi paling tinggi adalah (3) karyawan atau *Employees* (Downs, 1970) dalam artian karyawan disini memberikan *service* atau pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dalam hal memberi masukan atau sekedar berbincang dengan para pelanggan bercanda dan yang terpenting mengerti apa yang di inginkan oleh para pembeli. hal ini terbukti dari banyak sekali pelanggan Diana Cake yang sangat puas dengan karyawan toko Diana Cake dan mereka merasa di mudahkan dan sangat terbantu oleh karyawan tersebut. Terbentuk nya *store loyalty* sangat lah penting, karena hubungan antara toko dan pelanggan akan mengalami perubahan dari transaction orientation menjadi relationship orientation (Berry 1995; Gronroos 1995 ; Morgan and Hunt 1994). Dengan hasil dari penelitian ini di harapkan toko Diana Cake mengetahui faktor faktor apa yang menyebabkan kesetiaan pelanggan toko Diana Cake dan dapat menimbulkan perkembangan positif secara signifikan.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi antara variabel bebas dan terikat yang digunakan, antara lain: *Physical Deesing, Atmosphere, Employees, Self congruity, Product Quality, Prices, Service Quality* pada *Store Loyalty*. Disamping itu, pengumpulan informasi dalam penelitian ini hanya terbatas pada konsumen Diana Cake di Surabaya yang minimal telah berbelanja di DianaCake sebanyak 2x dalam 1 bulan terakhir.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan data-data dan fakta dalam latar belakang penelitian ini dapat dirumuskan menjadi rumusan maslaah secara umum dan spesifik. Rumusan secara

umum dalam penelitian ini adalah pengaruh *Store Loyalty* pelanggan Diana Cake di Surabaya. Kemudian faktor-faktor yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Store Loyalty* pelanggan Diana Cake di Surabaya menjadi rumusan masalah yang spesifik.

Untuk rumusan masalah secara spesifik dalam penelitian ini tentang pengaruh *Store Loyalty* bagi konsumen Diana Cake di Surabaya:

1. Apakah *Physical Design* berpengaruh signifikan terhadap *Self Congruity* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya ?
2. Apakah *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Self Congruity* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya ?
3. Apakah *Employees* berpengaruh signifikan terhadap *Self Congruity* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya ?
4. Apakah *Self Congruity* berpengaruh signifikan terhadap *Product Quality* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya ?
5. Apakah *Self Congruity* berpengaruh signifikan terhadap *Prices* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya ?
6. Apakah *Self Congruity* berpengaruh signifikan terhadap *Service Quality* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya ?
7. Apakah *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Store Loyalty* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya ?
8. Apakah *Prices* berpengaruh signifikan terhadap *Store Loyalty* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya ?
9. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Store Loyalty* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini secara umum untuk mengevaluasi dan menganalisa sejauh mana *Store Loyalty* pelanggan produk Diana Cake di Surabaya. Kemudian meneliti lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *Store Loyalty* pelanggan Diana Cake di Surabaya. Melalui analisa yang dilakukan memiliki tujuan secara spesifik bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya sebagai berikut :

1. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Physical Design* terhadap *Self Congruity* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya.
2. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Atmosphere* terhadap *Self Congruity* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya.
3. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Employees terhadap Self Congruity* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya.
4. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Self Congruity* terhadap *Product Quality* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya.
5. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Self Congruity* terhadap *Prices* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya.
6. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Self Congruity* terhadap *Service Quality* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya.
7. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Product Quality* terhadap *Store Loyalty* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya.
8. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Prices* terhadap *Store Loyalty* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya.
9. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Service Quality* terhadap *Store Loyalty* bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen, mendorong pembentukan penilaian pelanggan terhadap loyalitas toko Diana Cake. Penelitian ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi Store loyalty pada pelanggan Diana Cake di Surabaya sehingga dapat memberikan generalisasi hasil penelitian dalam jangkauan yang lebih luas. Pengaruh *Self Congruity* pada *Store Loyalty* pelanggan Diana Cake di Surabaya pada konsep persepsi terhadap toko. Penelitian yang disusun ini diharapkan akan memberikan pengaruh bagi penelitian di masa yang akan datang melalui pengembangan model penelitian teoritikal yang diajukan dalam penelitian ini.

1.5.2 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengetahui apa saja yang menjadi pengaruh seseorang untuk setia pada toko Diana Cake Pihak manajemen atau owner Diana Cake dengan melakukan pengujian empiris tentang persepsi pelanggan Diana Cake di Surabaya guna mengetahui pengaruh konsep ini dalam meningkatkan *Store Loyalty*. Pada akhirnya konsep ini dapat meningkatkan loyalitas terhadap merek bagi pelanggan Diana Cake di Surabaya. Penelitian ini diharapkan agar manajemen Diana Cake dapat mengetahui persepsi para konsumen maupun persepsi calon para konsumen dalam membentuk loyalitas terhadap toko itu sendiri sehingga dapat merancang strategi yang sesuai guna memenuhi kriteria *Store Loyalty* dari para penggunanya dan dapat melakukan cara yang tepat dan efisien dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam upaya pembuatan strategi bagi Diana Cake dalam meningkatkan kepuasan bagi pelanggan khususnya membentuk persepsi yang baik. Penelitian ini diharapkan pula agar dapat memberikan informasi yang sangat berguna, khususnya bagi peneliti-peneliti yang ingin mengkaji lebih dalam konsep persepsi terhadap loyalitas toko dalam bahan kue dan kue. Penelitian ini juga diharapkan agar dapat bermanfaat dalam memberikan informasi-informasi untuk pemerintah mengenai gambaran perkembangan dunia bisnis kuliner di Surabaya sehingga proses perkembangan tidak menyalahi aturan bahkan membantu memenuhi kebutuhan konsumsi makanan di zaman sekarang ini.