

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Asia Tenggara merupakan wilayah yang berada di benua Asia bagian tenggara dan terdiri dari beberapa Negara yang tergabung dalam organisasi bernama ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*). Terdapat sepuluh Negara yang tergabung dalam organisasi ASEAN, antara lain: Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand, Brunei Darussalam, Vietnam, Laos, Myanmar, dan Kamboja. Sepuluh Negara ini bergabung menjadi satu organisasi dengan tujuan mempercepat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan perdamaian, dan stabilitas regional, bekerja sama untuk saling membantu, serta meningkatkan industri di masing-masing Negara untuk meningkatkan taraf hidup rakyat. Per-Tanggal 31 Januari 2023, tercatat bahwa Asia Tenggara memiliki jumlah penduduk sebanyak 668,61 juta jiwa seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk di Asia Tenggara per 31 Januari 2023.

No.	Negara	Jumlah Penduduk/Jiwa
1	Indonesia	273,523,615
2	Filipina	109,581,078
3	Vietnam	97,338,579
4	Thailand	69,799,978
5	Myanmar	54,409,800
6	Malaysia	32,365,999
7	Kamboja	16,718,965
8	Laos	7,275,560
9	Singapura	5,850,342
10	Timor Leste	1,318,445
11	Brunei Darussalam	437,479

Sumber: databoks (2023)

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Indonesia memiliki jumlah penduduk terbanyak, yaitu 273,523,615 orang. Jumlah penduduk yang tinggi tersebut menunjukkan bahwa 40,9% dari total keseluruhan jumlah penduduk di Asia Tenggara berasal dari Negara Indonesia. Keuntungan dengan banyaknya penduduk disuatu Negara adalah semakin banyaknya tenaga kerja yang dapat meningkatkan produksi untuk memenuhi kebutuhan penduduk di Indonesia. Selain itu, dengan banyaknya penduduk di Indonesia, maka akan berkembang juga berbagai jenis usaha lokal dan atau usaha kecil dalam bidang pangan, sandang, dan papan. Dengan adanya berbagai macam jenis usaha baru, diharapkan Indonesia akan memperbaiki nilainya dalam bidang ekonomi dan sosial.

Saat pandemi mulai perlahan menjadi endemi, semakin banyak masyarakat Indonesia yang beralih profesi, mulai dari pegawai menjadi pemilik usaha. Selain beralih profesi, masyarakat Indonesia juga semakin pintar, dengan bekerja dalam dua profesi, yaitu sebagai pegawai disebuah perusahaan dan juga sebagai pemilik dari usahanya sendiri. Usaha yang dibuka juga memiliki kenekaragaman, mulai dari bidang makanan, minuman, jasa, dan lain sebagainya. Masyarakat dengan status pegawai yang bekerja dari hari Senin hingga Jumat, dapat memiliki sebuah usaha makanan yang dikerjakan pada hari Sabtu dan Minggu, atau masyarakat yang bekerja diperusahaan, ternyata memiliki usaha dalam bidang kuliner, yaitu warung atau restaurant, atau café yang dapat dipantau kapan saja melalui CCTV ataupun mendatanginya setelah jam pulang kantor. Semakin banyaknya usaha yang bermunculan maka semakin tinggi jugalah persaingannya.

Perkembangan jaman yang semakin cepat dan pesat, banyaknya tren baru yang mulai bermunculan, menyebabkan persaingan dalam industri bisnis juga semakin ketat. Masyarakat berlomba-lomba untuk membuka bisnis sesuai dengan tren yang ada, sehingga pelanggan akan tertarik dan membeli produk mereka. Namun dengan semakin banyaknya bisnis yang dibuka, maka pemilik usaha juga harus memutar otak untuk dapat terus mempertahankan bisnisnya dalam persaingan yang ketat. Membuka bisnis dengan mengikuti tren dapat membuat bisnis tersebut berjalan dengan baik di awalnya. Namun tidak hanya mengikuti sebuah tren, pemilik bisnis juga harus mencari cara agar usahanya dapat terus berjalan saat tren tersebut mulai menghilang, terus menjadi nomor satu dan terus diinginkan oleh pelanggannya.

Sidoarjo merupakan salah satu kota yang berada di Jawa Timur dan memiliki potensi untuk mengembangkan berbagai macam bisnis. Hal ini dapat terlihat dari jumlah penduduk yang semakin meningkat dan menyebabkan daya saing semakin meningkat juga. Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2023, jumlah penduduk di Sidoarjo mencapai 2,114,588 penduduk. Jumlah penduduk yang terus mengalami kenaikan, memberikan efek terhadap pertumbuhan ekonomi di Sidoarjo. Saat pandemi di tahun 2019, Kota Sidoarjo mengalami penurunan ekonomi hingga sampai ke -3.69 di tahun 2020. Namun saat Indonesia mulai membaik, tingkat ekonomi di Sidoarjo juga mulai membaik dan mengalami peningkatan di angka 4.21% di tahun 2021, dan pada tahun 2022, Kota Sidoarjo berhasil mengalami kenaikan sampai ke angka 7.53. data tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Statistik Kunci, 2020–2022
Key Statistics, 2020–2022

Rincian/Description	Satuan/Unit	2020	2021	2022
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
SOSIAL/SOCIAL				
Penduduk ¹ /Population ¹	ribu/thousand	2 282,22	2 064,17	1 955,00
Laju Pertumbuhan Penduduk ¹ /Population Growth ¹	%	1,45	1,50	...
Angka Harapan Hidup ^{1-e} /Life Expectancy Rate ¹	tahun/years	74,04	74,06	74,36
Angka Melek Huruf Usia 15+/Literacy Rate Aged 15+	%	98,97	98,62	98,78
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja –TPAK ^{2,3}	%	67,17	66,46	72,87
Labour Force Participation Rate-LFPR ^{2,3}				
Tingkat Pengangguran Terbuka-TPT ²	%	10,97	10,87	8,80
Unemployment Rate-UR ²				
Penduduk Miskin ³ /Poor People ⁴	ribu/thousand	127,05	137,15	125,69
Persentase Penduduk Miskin ⁴	%	5,59	5,93	5,36
Percentage of Poor People ⁴				
Indeks Pembangunan Manusia-IPM ⁵	–	80,29	80,65	81,02
Human Development Index ⁵				
EKONOMI/ECONOMIC				
Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Harga Berlaku ⁶	triliun rupiah	197,24	210,64	245,22
Gross Regional Domestic Bruto (GRDP) at Current Price ⁶	trillion rupiahs			
Laju Pertumbuhan Ekonomi ⁶ /Economic Growth ⁷	%	-3,69	4,21	7,53
PDRB Per Kapita Harga Berlaku ^{6,8}	juta rupiah	86,42	102,04	125,43
Per Capita of GRDP at Current Price ^{6,8}	million rupiahs			

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Kota Sidoarjo

Sumber: Kabupaten Sidoarjo dalam Angka 2023

Pertumbuhan perekonomian Sidoarjo didukung oleh adanya penanaman modal atau investasi yang dilakukan hampir disemua faktor. Perkembangan UMKM di Sidoarjo juga sudah tersebar di tengah-tengah kehidupan masyarakat dna menjadi kekuatan pendorong laju ekonomi di Sidoarjo. (www.kompasiana.com, diunduh pada 13 Mei 2023). Contoh UMKM yang tersebar di Sidoarjo adalah industri makanan dan minuman dengan salah satu jenisnya adalah restoran atau kafe.

Salah satu kafe di Sidoarjo yang ikut dalam pertumbuhan ekonomi di Sidoarjo adalah The Rooster Coffee and Company. Kafe ini didirikan dibawah naungan Indah Bordir, dimana Indah Bordir merupakan *retail* dalam bidang fashion yang menyediakan kebutuhan pakaian muslim dan pakaian batik. The Rooster Coffee and Company berdiri pada tahun 2018 di Jl. Yos Sudarso, Sidoarjo.

Banyak peneliti yang telah menetapkan hubungan langsung antara kualitas pelayanan dalam bidang industri makanan dan minuman (Almohaimmeed, 2017 ; Puspita, 2016 ; Bayu, Ningsih, Windiana, 2020 ; Tantonno, 2021 ; Sunaryo et al., 2019 ; Rajput dan Gahfoor, 2020). Penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan antara kualitas layanan, faktor lingkungan, dan kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan. Penelitian saat ini akan menunjukkan semua dimensi yang dirasakan dan dievaluasi oleh konsumen di sebuah restoran yang memiliki hubungan dengan *customer satisfaction*, dan dari *customer satisfaction* akan memunculkan hubungan dengan *customer loyalty*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tentang *Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design, Atmosphere, Price. Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.



Gambar 1.2 The Rooster Coffee and Company
Sumber: <https://google.com/>, diunduh pada 12 Mei 2023)

Gambar 1.2 Menunjukkan tampilan Kafe The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo. Kafe ini memiliki konsep yang berbeda dengan Kafe yang lainnya. The Rooster Coffee and Company memiliki konsep yang cocok bagi

masyarakat yang ingin memnghabiskan waktu untuk mengobrol, bekerja secara daring, dan juga untuk menghabiskan waktu bersama keluarga. The Rooster Coffee and Company menawarkan berbagai pilihan makanan yang didominasi makanan barat seperti, spaghetti, mac and cheese, sandwich, hotdog, burger, dan terdapat beberapa makanan lain seperti nasi goreng, mie goreng, camilan pisang goreng, kentang goreng, donat gula, waffle, dan lain sebagainya. Untuk produk minuman, The Rooster Coffee and Company sudah menunjukkan melalui namanya, jika minuman kopi menjadi keunggulan kafe tersebut. Tetapi untuk konsumen yang tidak bisa minum kopi tidak perlu khawatir, karena terdapat juga produk minuman lainnya seperti berbagai macam rasa teh, milkshake, soda, dan lain sebagainya.

Dalam menjalankan usahanya. The Rooster Coffee and Company memiliki persaingan dalam dunia café di Sidoarjo, karena semakin banyaknya café yang berdiri di Sidoarjo. Berikut merupakan pesaing dari The Rooster Coffee and Company beserta perbandingannya:

Tabel 1.2 Pesaing The Rooster Coffee and Company

Nama Kafe	Tahun Berdiri	Skor Review berdasarkan Ulasan Google
The Rooster Coffee and Company	2018	4.6/5
The Little A Coffee Shop	2016	4.3/5
Jon's Café and Coffee	2021	4.4/5

Sumber: <https://google.com/>, diunduh pada 13 Mei 2023

Tabel 1.2 Menunjukkan persaingan antara The Rooster Coffee and Company dengan pesaing café lainnya yang memiliki ciri khas masing-masing pada minuman kopinya. Terlihat bahwa The Rooster Coffee and Company memiliki ulasan rata-rata paling tinggi dibandingkan dengan pesaing lainnya. Dapat disimpulkan bahwa reputasi The Rooster Coffee and Company telah dikenal baik

oleh masyarakat luas daerah Sidoarjo. Maka dari itu, penting bagi The Rooster Coffee and Company untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan performanya. Menurut Tarigan et al. (2020), loyalitas merupakan sebuah komitmen dari pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang disukai di masa depan. Berulang kali mengunjungi suatu tempat yang sama muncul karena kepuasan yang dirasakan oleh konsumen selama konsumen membeli dan menikmati makanan dan minuman di tempat tersebut sebelumnya. Bukti yang Menunjukkan bahwa konsumen The Rooster Coffee and Company mengalami customer loyalitas, adalah dengan adanya system reservasi pada hari-hari besar tertentu dikarenakan banyaknya konsumen yang ingin merayakan hari besar dengan keluarga atau teman di The Rooster Coffee and Company. (https://www.instagram.com/p/Cq5H2_cvS3d/, diunduh pada 13 Mei 2023).

Customer Loyalty dipengaruhi oleh variabel *Customer Satisfaction, Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design, Atmosphere, Price*. Variabel pertama yang mempengaruhi *Customer Loyalty*, yaitu *Customer Satisfaction*. Menurut Puspita (2016), *Customer Satisfaction* merupakan sebuah persepsi terhadap sebuah produk atau jasa yang memenuhi harapannya. Konsumen akan merasa puas apabila persepsinya sudah sama atau bahkan lebih dari yang diharapkannya. Bukti bahwa konsumen merasa puas terhadap The Rooster Coffee and Company adalah dengan melihat ulasan yang diberikan oleh konsumen kepada The Rooster Coffee and Company. Berdasarkan ulasan yang terdapat di google, The Rooster Coffee and Company mendapatkan skor 4.7 dari 5 yang Menunjukkan bahwa konsumen yang

datang ke The Rooster Coffee and Company merasa puas, sehingga memberikan skor yang baik atas kepuasan yang didapatkan. Bukti dari ulasan google dapat dilihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.3 Skor Review The Rooster Coffee and Company
Sumber: <https://www.google.com/>, diunduh pada 12 Mei 2023

Selain *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty* juga dipengaruhi oleh *Assurance*. Menurut Omar et al. (2015), *Assurance* merupakan kualitas servis yang berhubungan dengan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam menyalurkan rasa percaya. *Assurance* merupakan kualitas servis yang mengacu pada keterampilan dan kemampuan yang dimiliki seorang karyawan, serta meliputi kompetensi, kesopanan, komunikasi dan sikap umum dalam melayani pelanggan secara efektif dan efisien (Alhakimi & Alarussi, 2016). Adapun bukti yang dapat diberikan adalah dilihat dari pegawai yang siap melayani konsumen dengan baik, dan tidak membedakan konsumen seperti pada gambar 1.4, pegawai melayani konsumen dengan baik meskipun konsumen yang dilayani adalah seorang anak kecil.



Gambar 1.4 Pegawai melayani konsumen

Sumber: <https://www.instagram.com/p/Cgl3uXJPMbs/>

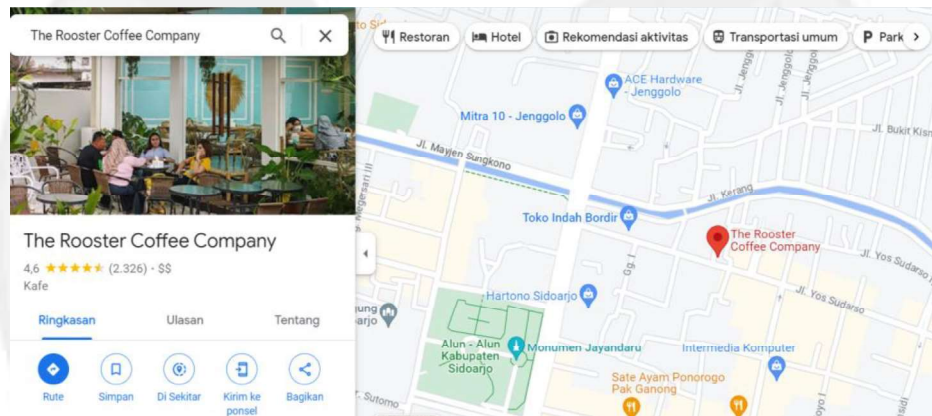
Variabel lainnya yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah variabel *Menu*. Menurut Jawabreh (2018), *Menu* merupakan sebuah panduan bagi konsumen untuk dapat membuat pilihan makanan dan minuman yang diinginkannya. *Menu* merupakan daftar yang dapat mengkomunikasikan kepada konsumen janji mengenai pengalaman yang unik dan adanya nilai tambah (Ruhizat et al. 2021). Adapun bukti yang dapat diberikan adalah *Menu* menunjukkan bentuk makanan dan harga dengan jelas seperti yang terlihat pada Gambar 1.5.



Gambar 1.5 Menu The Rooster Coffee and Company

Sumber: <https://www.gotravelly.com/>

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *External Environment*. *External Environment* merupakan semua kejadian yang terjadi di luar perusahaan yang berpotensi mempengaruhi perusahaan (Mulyani, Ridwan, Ali. 2020). Adapun bukti yang dapat ditunjukkan adalah mengenai lokasi The Rooster Coffee and Company yang berada didekat jalan raya besar dan berada di tengah Kota Sidoarjo, sehingga memudahkan akses bagi para pengunjung untuk menemukan The Rooster Coffee and Company. Gambar 1.6 menunjukkan letak The Rooster Coffee and Company.



Gambar 1.6 Lokasi The Rooster Coffee and Company

Sumber: <https://www.google.com/maps/>

Variabel lain yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *Order Accuracy*. *Order Accuracy* adalah produk yang dikirimkan merupakan produk yang benar dengan jumlah yang tepat (Akil, Ungan, 2022). Menurut Choi, Chung, Young (2019), *Order Accuracy* merupakan penunjukkan pesanan produk sampai kepada produk yang dikirimkan kepada konsumen. Adapun bukti yang menunjukkan *Order Accuracy* adalah pelayan membawakan pesanan makanan dan minuman kepada konsumen dengan benar sesuai dengan Gambar 1.7.



Gambar 1.7 Pegawai Membawakan Pesanan Sesuai dengan yang Dipesan
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CnBxml-P712/>

Gambar 1.7 menjelaskan mengenai pegawai yang membawa nampan berisikan banyaknya minuman dari beberapa konsumen. Pegawai diberikan catatan pesanan minuman beserta nomor meja konsumen agar tidak terjadi kesalahan saat pengiriman dan jumlah yang diberikan sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen.

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *Food Quality*. *Food Quality* merupakan karakteristik mengenai kualitas makanan yang dapat diterima oleh konsumen dilihat dari ukuran, tekstur, bentuk, rasa, warna, dan konsistensi (Ciawi, 2021). Adapun bukti yang menunjukkan mengenai kualitas makanan The Rooster Coffee and Company adalah produk-produk makanan dan minuman yang kelihatan *fresh* dan menarik untuk dikonsumsi seperti yang terlihat pada Gambar 1.8.

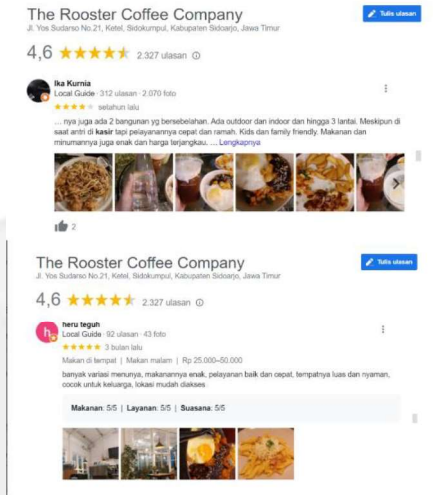


Gambar 1.8 Makanan dan Minuman The Rooster Coffee and Company
Sumber: <https://www.instagram.com/roostercoffee.id/>

Gambar 1.8 menunjukkan bahwa penampilan makanan dan minuman yang disajikan The Rooster Coffee and Company terlihat menarik. Presentasi makanan dan minuman memiliki komponennya masing-masing, setiap komponen yang digunakan memiliki tempatnya masing-masing sehingga terlihat indah, dan diatur sedemikian rupa agar ketika makanan dan minuman sampai kepada konsumen, konsumen akan merasa puas dan dapat mengunjungi The Rooster Coffee and Company kembali.

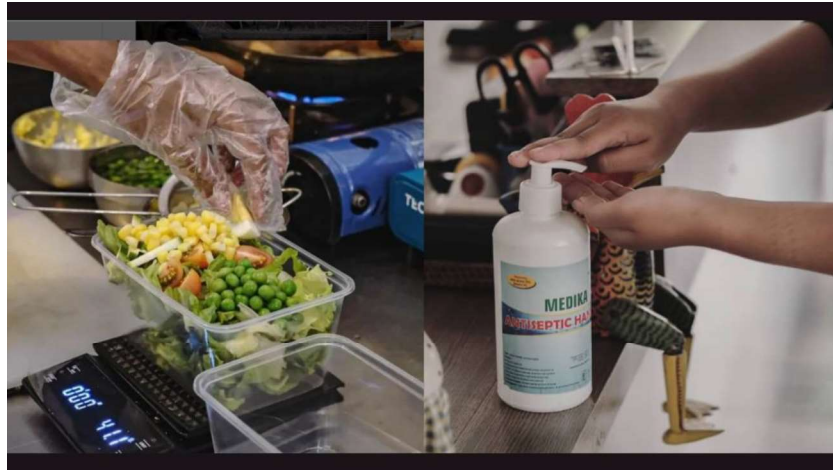
Selain *Food Quality*, variabel lainnya yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *Responsiveness*, dimana *Responsiveness* merupakan kualitas pelayanan yang mengacu pada kesediaan perusahaan untuk membantu konsumen dalam bentuk pelayanan yang baik, berkualitas, dan cepat (Alhakimi & Alarussi, 2016). Menurut Khan et al. (2021), *Responsiveness* mengacu pada keinginan untuk membantu para pelanggan serta dapat membantu perusahaan dalam pembuatan diagram layanan secara cepat. Bukti yang dapat diberikan mengenai *responsiveness* adalah review dari konsumen The Rooster Coffee and Company seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.9. Gambar 1.9 memperlihatkan beberapa penilaian

yang diberikan oleh konsumen mengenai pelayanan dari pegawai The Rooster Coffee and Company.



Gambar 1.9 Penilaian The Rooster Coffee and Company
Sumber: <https://www.instagram.com/roostercoffee.id/>

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *Hygiene Quality*. *Hygiene Quality* merupakan upaya kesehatan yang dilakukan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihan (Depkes RI, 2004). Menurut UU No.2 (1996), *Hygiene* adalah semua usaha yang dilakukan untuk memelihara, melindungi, dan meningkatkan derajat kesehatan badan, jiwa baik untuk umum maupun perorangan yang bertujuan memberikan dasar-dasar kelanjutan hidup yang sehat. Adapun bukti yang dapat diberikan mengenai *Hygiene Quality* adalah seperti pada gambar 1.10. Pada gambar 1.10, pegawai The Rooster Coffee and Company menggunakan sarung tangan dalam menyiapkan makanannya agar terjamin kebersihannya. Selain itu, The Rooster Coffee and Company juga menyediakan hand sanitizer di tempat konsumen dapat mengambilnya dengan mudah, salah satunya berada di meja kasir.



Gambar 1.10 Kebersihan The Rooster Coffee and Company

Sumber: <https://www.instagram.com/roostercoffee.id/>

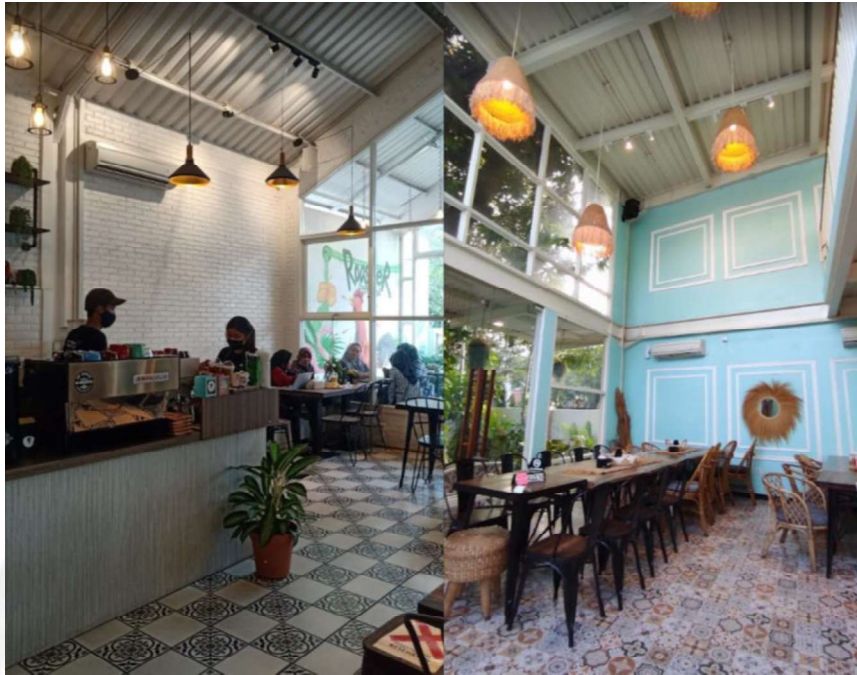
Variabel berikutnya yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *Interior Design*. *Interior Design* merupakan suasana suatu tempat yang membuat orang terkesan (Omar, Ariffiion, Ahmad. 2015). Menurut Tang, Lau, Ho (2023), *Interior Design* adalah konsep gabungan antara warna, posisi, dekorasi, tata letak dari sebuah ruangan. The Rooster Coffee and Company memiliki desain interior yang cukup unik, mengangkat namanya The Rooster, terdapat gambar ayam pada desain interiornya yang dipadukan dengan gaya vintage modern yang membuat The Rooster Coffee and Company menjadi salah satu tempat yang disukai konsumen untuk berfoto-foto. Gambar 1.11 menunjukkan bukti dari *Interior Design* yang mempengaruhi *Customer Loyalty*.



Gambar 1.11 Desain Interior The Rooster Coffee and Company

Sumber: <https://www.instagram.com/roostercoffee.id/>

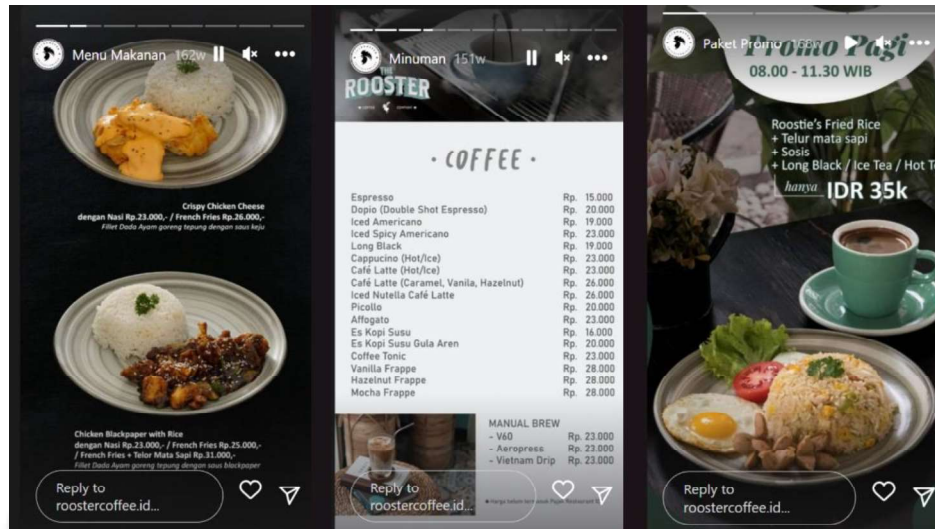
Selanjutnya, *Customer Loyalty* juga dipengaruhi oleh variabel *Atmosphere*, dimana *Atmosphere* merupakan sesuatu yang dirasakan oleh konsumen sebagai pengalaman terbaik saat sedang menyantap makanan dan minumannya (Shamsudin et al., 2020). Menurut Suhud & Wibowo (2016), atmosfer merupakan rancangan sebuah ruang dimana secara sadar dapat menghasilkan efek emosional kepada konsumen yang dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Atmosfer The Rooster Coffee and Company memiliki ruangan yang terlihat bersih dengan penataan lampu yang bagus yang dapat ditunjukkan melalui Gambar 1.12.



Gambar 1.12 Atmosfer The Rooster Coffee and Company
Sumber: <https://www.instagram.com/roostercoffee.id/>

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *Price*. *Price* merupakan sebagai apa yang dikorbankan konsumen dengan cara membayar untuk mendapatkan suatu produk dan layanan (Javed, Tashidin, dan Wang Jian. 2021). *Price* adalah sesuatu yang dikeluarkan pelanggan untuk mengukur tingkat kepuasan dalam membeli dan atau menggunakan sesuatu (Chun & Nyam-Ochir. 2020). Meskipun harga di The Rooster Coffee and Company dapat dibilang cukup mahal yaitu minimal 50,000 tiap orang, tetapi harga tersebut sesuai dengan pengalaman makan yang diperoleh konsumen The Rooster Coffee and Company. Selain itu, terdapat harga promo makanan yang juga ditawarkan oleh The Rooster Coffee and Company yang bisa dibeli tanpa minimal pembelian. Adapun bukti yang dapat diberikan adalah menu dari The Rooster Coffee and Company seperti yang terlihat pada Gambar 1.13. Gambar 1.13 menunjukkan harga dari beberapa

makanan dan minuman yang ditawarkan, serta harga potongan makanan yang juga sudah tersedia di menu The Rooster Coffee and Company.



Gambar 1.13 Harga The Rooster Coffee and Company

Sumber: <https://www.instagram.com/roostercoffee.id/>

Berdasarkan penjabaran diatas, makan penelitian ini akan membahas faktor-faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* terhadap The Rooster Coffee and Company. Untuk melihat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*, akan digunakan variabel *Customer Satisfaction*. Selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Satisfaction*, yaitu *Assurance*, *Menu*, *External Environment*, *Accuracy*, *Food Quality*, *Responsiveness*, *Hygiene Quality*, *Interior Design*, *Atmosphere*, *Price*.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengambil judul penelitian:

ANALISIS PENGARUH ASSURANCE, MENU, EXTERNAL ENVIRONMENT, ACCURACY, FOOD QUALITY, RESPONSIVENESS, HYGIENE QUALIRY, INTERIOR DESIGN, ATMOSPHERE, PRICE

TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*.

1.2 Batasan Masalah

Berikut merupakan beberapa batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini hanya dibatasi pada pelanggan The Rooster Coffee Company di Jalan Yos Sudarso, Sidoarjo, Jawa Timur.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pria dan wanita dengan rentang usia 18-60 tahun yang berdomisili di Sidoarjo. Selain itu, responden juga merupakan pelanggan yang melakukan pembelian dan konsumsi di tempat minimal 2 kali dalam kurun waktu 1 tahun terakhir di The Rooster Coffee Company Sidoarjo.
3. Penelitian ini membahas pengaruh *Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design, Atmosphere, Price* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

1.3 Rumusan Masalah

Berikut merupakan rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?

2. Apakah *Menu* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?
3. Apakah *External Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?
4. Apakah *Accuracy* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?
5. Apakah *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?
6. Apakah *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?
7. Apakah *Hygiene Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?
8. Apakah *Interior Design* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?
9. Apakah *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?

10. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo di Sidoarjo?
11. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo?

1.4 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Menu* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh *External Environment* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Accuracy* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.

7. Untuk mengetahui pengaruh *Hygiene Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.
8. Untuk mengetahui pengaruh *Interior Design* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.
9. Untuk mengetahui pengaruh *Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.
10. Untuk mengetahui pengaruh *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.
11. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company di Sidoarjo.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat ditinjau melalui manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap pengembangan ilmu yang terkait dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi informasi dan memperluas wawasan dalam bidang manajemen mengenai *Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design,*

Atmosphere, Price. Customer Satisfaction dan Customer Loyalty. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dan atau acuan bagi peneliti berikutnya di masa yang akan datang,

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu The Rooster Coffee and Company dalam beberapa hal berikut:

1. Bahan evaluasi untuk menentukan kebijakan di masa mendatang.
2. Saran untuk The Rooster Coffee and Company meningkatkan kualitas kafe dalam hal *Assurance, Menu, External Environment, Accuracy, Food Quality, Responsiveness, Hygiene Quality, Interior Design, Atmosphere, Price.*
3. Menjadi acuan untuk meningkatkan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada pelanggan The Rooster Coffee and Company.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah mengikuti bahasan dalam penelitian ini, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

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

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel penelitian, serta metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai gambaran umum analisis data, yaitu analisis kualitas data, analisis pengujian hipotesis, serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini berisi mengenai simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian, dan rekomendasi yang dipandang perlu untuk mengatasi kekurangan dalam penelitian ini.