

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis yang semakin ketat dalam berbagai sektor bisnis, baik itu pada sektor bisnis produk maupun bisnis jasa. Bisnis jasa merupakan salah satu bidang bisnis yang sekarang ikut meramaikan persaingan. Sekarang ini banyak bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perusahaan jasa itu sendiri diantaranya: jasa perawatan, pengobatan, konsultasi, hiburan, travel/perjalanan, laundry, barber, beauty/shops, dan bermacam-macam jasa lainnya.

Hal tersebut menjadikan pemasaran sangat penting sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk yang berkualitas dan menjadikan persaingan semakin ketat dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang. Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian.

Dewasa ini *cafe*, dalam hal ini *coffee shop*, tidak hanya tempat untuk bersantai melepas lelah, tempat bersosialisasi, melainkan juga dijadikan sarana untuk suasana yang lebih serius seperti bertemu rekan bisnis ataupun melakukan pekerjaan, tugas-tugas kuliah bagi mahasiswa.

Hal ini semakin menarik minat para pelaku bisnis untuk merambah bisnis *coffee shop*.

Semakin berkembang dan bertambahnya pelaku bisnis di bidang *coffee shop* ini, maka semakin membuat para pelakunya ditantang untuk dapat menciptakan differensiasi dan pelayanan yang terbaik sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis membuat setiap perusahaan selalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan daya saing dalam lingkungan bisnisnya serta berusaha untuk dapat mewujudkan loyalitas konsumen. Setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya untuk meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu merumuskan serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus-menerus serta berkelanjutan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meraih keunggulan kompetitif terhadap para perusahaan pesaing.

Demikian halnya dengan yang di alami oleh "CINEMA CAFE 7PM" kota Gorontalo yang terus berusaha untuk mewujudkan pemasarannya dengan berfokus pada pelayanan terbaik, yang dimana pemasarannya tidak seperti pemasaran produk tradisional, tetapi memiliki satu tujuan, berupa menciptakan suatu kualitas pelayanan yang sangat berguna bagi konsumen. Yaitu : melalui pendekatan dengan konsumen dan kita sebagai

magnet untuk menarik konsumen, serta akan menumbuhkan loyalitas konsumen sepanjang masa.

CINEMA CAFE 7PM yang beralamat di jalan panjaitan berupaya memosisikan diri menjadi salah satu tempat berkumpul para kalangan anak muda di kota Gorontalo dengan ciri cinema yakni menayangkan iklan film terbaru melalui layar lebar dan juga penampilan musik akustik di hari-hari lain dan suasananya begitu indah dan nyaman untuk mendengar penampilan akustik tersebut. Pengelola menata ruangan secara baik sesuai tema yang diusungnya yakni *cinema cafe* dengan berfokus pada konsumen anak muda. Fenomena yang ada di lapangan sekarang bahwa banyak cafe-cafe lainnya yang belum mengetahui untuk mendesain tempat tersebut agar terlihat indah dan sesuai selera pengunjung. Tempat tersebut jangan dilihat dari menu-menu yang begitu nikmat untuk menarik konsumen ada juga tata ruangan dengan selera pengunjung. Cinema cafe 7pm mempunyai salah satu kopi yang rasanya begitu nikmat dan banyak diminati oleh konsumen yaitu kopi pinogu.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan pada 25 pelanggan yang berkunjung di Cinema Cafe 7pm Gorontalo, ada sebanyak 75% yang menyatakan bahwa mereka selalu berkunjung untuk menikmati kopi bersama teman-temannya di kafe Cinema 7pm ini dan sisanya sebanyak 25% menyatakan hanya datang sewaktu-waktu karena mereka selalu berpindah tempat untuk sekedar berkumpul dan menikmati kopi.

Hal ini menandakan bahwa *Cinema Cafe* telah berusaha dalam mewujudkan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Namun hal ini ternyata tidak terjadi setiap saat karena berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen pada survey awal memang pada dasarnya para konsumen itu selalu kembali untuk menikmati kopi di 7pm ini, namun ternyata *Cinema Cafe 7pm* ini bukan menjadi pilihan pertama mereka dan masih berkumpul dan menikmati kopi di tempat lain.

Kondisi tersebut bila terus dibiarkan, maka bukan tidak mungkin dapat mengakibatkan berkurangnya pengunjung dan pada akhirnya berdampak pada pendapatan kafe ini. Demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pengelola belum sepenuhnya tercapai atau masih belum tinggi.

Berdasarkan fenomena di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan mengangkat judul tentang "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cinema Cafe 7pm Kota Gorontalo*".

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi bahwa *Cinema Cafe 7pm Gorontalo* dalam beberapa bulan terakhir ini belum dapat mewujudkan kualitas pelayanan terbaik secara total untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Hal ini terlihat dari naik turunnya

jumlah pelanggan dan ini merupakan indikasi masih terdapat pelanggan yang kurang setia. Sementara dalam kurun waktu satu tahun terakhir ini banyak sekali usaha serupa yang buka, sehingga dapat dipastikan berkurangnya jumlah pengunjung pada Cinema Cafe 7pm dapat diakibatkan oleh hal ini. Oleh karena itu, penerapan kualitas pelayanan secara baik dan total diharapkan dapat mengatasi kendala tersebut.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian dalam latar belakang penelitian diatas dapat dirumuskan permasalahan yaitu apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Cinema Cafe 7pm Kota Gorontalo ?

1.3 Maksud dan Tujuan penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Cinema Cafe 7pm Kota Gorontalo.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Cinema Cafe 7pm Kota Gorontalo.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

1.4.1.1 Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan agar perusahaan menjadi lebih berkembang.

1.4.1.2 Bagi peneliti lain

Dari hasil penelitian ini diharapkan agar dapat berguna bagi pembaca dan sebagai acuan dalam menyelesaikan karya tulisnya

1.4.2 Manfaat Akademis

- Diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran
- Bagi penulis yaitu sebagai studi komparatif guna membandingkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dari hasil kuliah dengan kenyataan yang terjadi dalam perusahaan.
- Juga untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang ilmu manajemen pemasaran