

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman modern menuntut masyarakat untuk mengikuti perubahan sekecil apapun, salah satunya adalah gaya hidup seseorang. Menurut (Wahyuni, Soesilowati, and Banowati 2016) “Gaya hidup masyarakat terus berkembang seiring dengan perkembangan jaman yang banyak dipengaruhi oleh globalisasi dan modernisasi. Pengaruh globalisasi dan modernisasi telah menyentuh hampir semua aspek kehidupan masyarakat.”. Salah satu perubahan gaya hidup di zaman modern adalah masyarakat senang untuk rekreasi. Diantaranya mengunjungi tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga, mengerjakan tugas, bertemu klien atau sekedar bersantai. *Café* menjadi salah satu pilihan tempat untuk berkumpul bersama keluarga atau teman, bertemu klien, menyelesaikan tugas dan pekerjaan, atau sekedar bersantai. *Café* secara harfiah berarti minuman kopi yang berasal dari Bahasa Perancis. Namun berkembangnya zaman *café* tidak hanya menjual kopi saja namun juga menjual beragam makanan dan minuman. *Café* dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, namun juga menawarkan fasilitas seperti internet dan tempat yang nyaman sehingga tidak heran bila pengunjung *café* bisa menghabiskan waktu yang lama di sana.

Menurut Singgih dalam (Nawawi, Ruyadi, and Komariah 2013) “bahwa dengan dibukanya lapangan pekerjaan pada suatu industri yang besar sifatnya mengakibatkan terbentuknya kesempatan baru, baik yang langsung diakibatkan oleh industri, misalnya terbukanya kesempatan kerja baru, yang akan dipekerjakan sebagai karyawan di unit usaha baru tersebut, dan akibat lain yang bersifat langsung misalnya, kesempatan dalam usaha-usaha ekonomi bebas.”. Selain itu berdirinya banyak berdirinya perguruan tinggi baru juga salah satu hal yang dinilai berpotensi menguntungkan bagi sektor ekonomi salah satunya di bidang kuliner atau *food and beverage*. Seperti yang diungkapkan oleh (Kamaludin 2017) “Kehadiran mahasiswa dan pelajar menimbulkan dampak yaitu munculnya tempat-tempat pemondokan maupun tempat usaha-usaha lainnya. Secara ekonomis kondisi demikian memungkinkan terbukanya lapangan kerja baru atau

tambahan penghasilan yang oleh sebagian penduduk di sekitar kampus dimanfaatkan sebagai sumber mata pencaharian pokok atau sekedar menambah pendapatan keluarga.

Kabupaten Kendal adalah salah satu Kabupaten di Indonesia yang saat ini sedang berkembang karena hadirnya *Kendal Industrial Park* atau sering juga disebut Kawasan Industri Kendal yang berskala Internasional. Munculnya kawasan industri akan mendatangkan karyawan-karyawan dan juga eksekutif dari berbagai kota diluar Kendal maupun luar negeri yang dimana nantinya akan menguntungkan usaha-usaha maupun perekonomian sekitar, termasuk restoran maupun *café*. Hal tersebut memicu munculnya banyak hotel, restoran dan *café* baru di Kabupaten Kendal. Salah satunya adalah *Bourjuis Café* yang terletak di Jalan Tembus Patebon, Kabupaten Kendal. *Café* yang berdiri pada bulan November tahun 2018 ini tidak hanya berjualan minuman olahan kopi, namun juga menawarkan beragam menu, mulai dari makanan besar, makanan ringan (*snack*), dan juga berbagai minuman. Selain menu yang beragam pemilik juga memperhatikan fasilitas yang tersedia di *café*, selain itu *Bourjuis Café* juga cukup sering mengadakan *event* setiap minggu, mulai dari *event* musik, *event* yang berkolaborasi dengan komunitas yang ada di Kabupaten Kendal, juga *workshop* seperti *brewing coffee* bersama barista ternama.

Alasan peneliti memilih objek *Bourjuis Café* adalah karena *Bourjuis Café* merupakan *café* yang masih baru dibandingkan pesaingnya dan penjualan masih cukup fluktuatif. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi perusahaan dalam merancang dan menetapkan strategi agar dapat bertahan dan memenangkan kompetisi dengan para pesaingnya.

**Tabel 1.1**  
Data Penjualan Minuman di *Bourjuis Cafe*  
Periode November 2018 – Juni 2019

Tahun	Bulan	Penjualan (Rp)	Kenaikan/ Penurunan (Rp)	Prosentase
2018	November	12.665.000		
	Desember	13.829.000	1.164.000	9,19
2019	Januari	13.403.000	-426.000	-3,08
	Februari	15.445.000	2.042.000	15,31
	Maret	13.547.000	-1.898.000	-12,35
	April	13.915.000	368.000	2,72
	Mei	15.048.000	1.133.000	11,33
	Juni	7.708.000	-7.340.000	-73,4

Sumber: *Bourjuis Café*, 2019

Berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa penjualan di *Bourjuis Café* sangat fluktuatif. Dapat dilihat penjualan minuman mengalami penurunan pada bulan Januari, Maret dan puncaknya adalah pada bulan Juni yang mengalami penurunan sampai 73%, sedangkan penjualan makanan mengalami penurunan dua bulan berturut-turut pada bulan Februari dan Maret. Hal ini dikarenakan tingkat penjualan *Bourjuis Café* yang menurun sebagai akibat dari berkurangnya konsumen yang melakukan pembelian. Untuk mengatasi hal ini pihak *Bourjuis* harus memperhatikan dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian sehingga dapat melakukan perbaikan dan evaluasi.

Peneliti telah melakukan pra survei terhadap masyarakat. Hasil pra survei terhadap 6 konsumen menyatakan bahwa pertimbangan mereka untuk memilih sebuah *cafe* adalah makanan yang ditawarkan memiliki penampilan yang menarik, rasa enak dengan harga yang terjangkau, desain tempat *café* terlihat bagus dan menarik untuk menjadi spot foto, suasana *café* nyaman, *wifi* di *café* tersebut kencang dan lancar, tersedia stop kontak untuk *charging* telepon genggam dan laptop, desain kursi dan meja nyaman, pelayanan cepat.

**Tabel 1.2**  
Data Penjualan Makanan di *Bourjuis Cafe*  
Periode November 2018 – Juni 2019

Tahun	Bulan	Penjualan (Rp)	Kenaikan/ Penurunan (Rp)	Prosentase
2018	November	6.226.000		
	Desember	6.750.000	524.000	8,42
2019	Januari	7.066.000	316.000	4,68
	Februari	6.261.000	-805.000	-11,39
	Maret	6.086.000	-175.000	-2,80
	April	6.625.000	539.000	9,84
	Mei	8.951.000	2.326.000	23,36
	Juni	5.116.000	-3.385.000	-38,35

Sumber: *Bourjuis Café*, 2019

**Tabel 1.3**  
Daftar nama Café di Kabupaten Kendal

No	Nama Café
1.	#WKWK <i>Food and Drink</i>
2.	<i>Basecamp Café</i>
3.	<i>Bourjuis Café</i>
4.	<i>Brew Café</i>
5.	<i>Brother Spot Bistro &amp; Café</i>
6.	<i>Café Wolles</i>
7.	<i>Dab Coffee</i>
8.	<i>Eboze Warunk Café</i>
9.	<i>G&amp;G Corner Food &amp; Drink</i>
10.	<i>Jack's Café</i>
11.	Kedai Araku
12.	Kedai Ungu
13.	KEPOKOPI
14.	Kopi Medan
15.	Kopidulu
16.	<i>Omah Moe Café</i>
17.	<i>Pangestu Coffee</i>
18.	<i>ROX Coffee</i>
19.	<i>Samudera Café</i>
20.	<i>Senthet Coffee</i>
21.	<i>Setara Coffee</i>
22.	<i>Sixteen 16 Café</i>
23.	<i>Sky Garden</i>
24.	<i>Tritisian Coffee &amp; Tea</i>

Sumber: PHRI Kab. Kendal, April 2019

Strategi *Marketing Mix* dilakukan untuk menciptakan permintaan melalui loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh barang atau jasa serta membutuhkan peran konsumen di dalamnya. Jelasnya bahwa kegiatan memasarkan suatu produk dipengaruhi oleh interaksi dari ke tujuh hal dalam buku teks bahasa Inggris dinyatakan dengan istilah *marketing mix* yang merupakan campuran (*mix*) yakni interaksi dari tujuh hal tersebut, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) distribusi (*place*), masyarakat (*people*), proses (*process*), Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*). Masing-masing variabel tersebut berinteraksi satu sama lain guna menciptakan suatu permintaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan memberikan manfaat, diterima baik oleh konsumen yang pada ujungnya pelanggan akan menjadi loyal (Sutisna; 2003).

Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Restoran Terhadap Loyalitas Pelanggan Di *Bourjuis Café* Kendal”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimanakah pengaruh produk terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*?
- b. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*?
- c. Bagaimanakah pengaruh tempat (saluran distribusi) terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*?
- d. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*?
- e. Bagaimanakah pengaruh orang (*people*) terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*?
- f. Bagaimanakah pengaruh bukti fisik (*physical evidence*) terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*?
- g. Bagaimanakah pengaruh proses terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*?

- h. Bagaimanakah pengaruh produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel produk terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel harga terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel tempat (saluran distribusi) terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*
- d. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel promosi terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*
- e. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel orang (people) terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*
- f. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel bukti fisik terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*
- g. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel proses terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*
- h. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses terhadap loyalitas pelanggan konsumen di *Bourjuis Café*

#### Manfaat Penelitian

- a. Bagi mahasiswa, peneliti lain dan akademisi  
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana referensi literatur akademik tentang penelitian variabel terkait.
- b. Bagi Perusahaan  
Manfaat dari penelitian ini adalah untuk menjadi salah satu bahan masukan dalam merancang dan menetapkan strategi pemasaran.