

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Saat ini persaingan di dunia bisnis semakin ketat, terlihat dari banyaknya produk makanan yang dikeluarkan pada masing masing perusahaan untuk itu perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang baik agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Perusahaan diharapkan mampu untuk memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para konsumen. Karena konsumen saat ini sudah mulai kritis dan cerdas dalam memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka. Salah satu bisnis adalah bisnis di bidang makanan seperti donat, Donat merupakan salah satu jenis makanan yang populer di tengah masyarakat Indonesia. Saat ini di Medan sudah banyak gerai donat yang berdiri di berbagai pusat keramaian, seperti Dunkin Donuts, J.CO Donuts and Coffee, Donat Madu, dan para penjual donat kaki lima. Untuk dapat mengikuti keinginan pasar maka perusahaan dituntut untuk senantiasa dapat melakukan inovasi pada produk yang diproduksi ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumennya guna dapat bertahan ditengah persaingan pasar yang terjadi serta dapat menarik perhatian serta minat dari konsumen untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan [1].

J.CO Donuts and Coffee adalah produk dalam negeri dengan menggunakan konsep dari luar negeri yang lalu disempurnakan dengan moderenisasi dan kualitas terbaik, usaha bisnis yang dikembangkan oleh Johny Andrean sebagai seorang pembeli jaringan BreadTalk di indonesia. Yang mengutamakan kualitas bahan baku dan rasa yang berbeda dari para pesaing, maka dari itu J.CO Donuts and Coffee memilih mengimpor langsung bahan baku seperti minuman coklat langsung dari Belgia. Demikian produk donutnya, *Alcapone* yang menggunakan *Topping almond* yang ternyata di impor juga dari *California*. Sebagai bisnis baru pertumbuhan bisnis

J.CO Donuts and Coffee sangatlah pesat, bila dirata-rata, tiap bulan pertumbuhan penjualan mencapai 2%-5%. Dalam negeri sendiri, sang pemilik perusahaan Johnny Andrean sudah membukanya di berbagai tempat seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Makasar, Medan, Yogyakarta dan beberapa tempat lain. J.CO Donuts & Coffee memiliki 232 gerai yang tersebar dari aceh hingga jayapura, dan di negara-negara tetangga seperti Filipina dengan 20 gerai, Malaysia 11 gerai, Singapura 4 gerai, serta China 2 gerai dan Arab Saudi. Sebelum J.CO Donuts and Coffee dipasarkan, konsumen cenderung menganggap donat hanya sebagai kudapan untuk sekedar teman minum teh atau kopi. Namun J.CO Donuts and Coffee mampu membuat donat “naik kelas” karena membuat donat menjadi *life style* dan konsep store-nya yang *open kitchen* belum pernah ada di Indonesia. Sebagai salah satu bisnis dengan *brand* ternama yang sekarang ini membuka gerainya di Kota Medan tepatnya di pusat perbelanjaan Thamrin Plaza. J.CO Donuts and Coffee selalu berusaha melakukan peningkatan kualitas produk kepada para konsumen, dalam menjual produknya. J.CO Donuts and Coffee selalu menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, tak hanya itu, setiap donat yang diterima pembeli selalu dalam keadaan *Fresh* bahkan pembeli bisa melihat proses pembuatannya di dapur terbuka yang juga merupakan alat promosi langsung dari J.CO Donuts and Coffee.

Loyalitas adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merek, perusahaan untuk mendapatkan loyalitas atau kesetiaan pelanggan perlu strategi pemasaran yang tepat dan kompleks. Pelanggan akan menjadi loyal apabila setiap kebutuhan dan keinginan yang dibutuhkan dapat kita penuhi dengan cara seperti meningkatkan kualitas pelayanan serta memberikan harga yang relatif terjangkau oleh pelanggan. Sedangkan Loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain. Respon perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus menerus

oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek sejenis [2].

Faktor faktor yang mempengaruhi dalam loyalitas pelanggan adalah harga, kualitas pelayanan, dan lokasi. Harga merupakan satu- satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (Produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran. J.CO Donuts & CoffeeThamrin Plaza menciptakan strategi penerapan harga yang sangat terjangkau, dan variatif sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat khususnya pencinta donat. Harga produk J.CO Donuts and Coffee tergolong standar sesuai dengan harga pasar produk. Namun, beberapa tahun lalu beberapa harga produk yang dijual mengalami kenaikan harga. Untuk beberapa harga produk jenis baru, sebelumnya dijual dengan harga yang lebih murah sebagai harga promosi. Namun setelah mengalami kenaikan harga, permintaan produk menjadi sedikit berkurang. Selain itu, kenaikan harga produk juga berdampak pada permintaan mengenai produk lain. Untuk mengatasi hal tersebut J.CO Donuts and Coffee sering melakukan promosi mengenai potongan harga secara langsung maupun melalui media sosial. Seperti promo dari J.CO Donuts and Coffee mendapatkan kupon diskon menarik jika menggunakan aplikasi *Tiendeo* dalam pemesanan produk tersebut.

Harga juga bisa ditetapkan untuk mencapai tujuan strategis yaitu mempertahankan pelanggan yang loyal, meningkatkan pelayanan, mengurangi minat pesaing masuk ke sektor usaha yang sama serta mengelola tingkat permintaan [3]. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual oleh perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. J.CO Donuts and Coffee memberikan penawaran harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan Gerai donat lainnya, adanya potongan harga yang diberikan sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli.

Berikut adalah daftar perbandingan harga dari J.CO Donuts and Coffee dan Dunkin' Donuts.

**Tabel 1.1 Daftar Perbandingan Harga J.CO Donuts and Coffee dan Dunkin' Donuts**

Keterangan	J.CO Donuts and Coffee	Dunkin' Donuts
Donuts		
Donut 1 Dozen	Rp. 85.000	Rp. 85.500
Donut ½ Dozen	Rp. 47.000	Rp. 47.500
1 pc Donat semua rasa	Rp 8.000	Rp. 9.000
Donut 2 Dozen	Rp. 133.000	Rp.

Sumber : *J.CO Donuts and Coffee Thamrin Plaza dan Dunkin' Donuts (2019)*

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa rata-rata harga yang ditawarkan J.CO Donuts and Coffee memiliki harga yang lebih murah dibandingkan Dunkin Donuts. Selain dari harga pelanggan juga dapat merasakan manfaat atau nilai suatu produk dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh J.CO Donuts and Coffee Thamrin Plaza. Kualitas Pelayanan adalah suatu kegiatan berupa jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen. Secara sederhana Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan [4].

Hasil dari survei yang peneliti lakukan kepada pelanggan mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh J.CO Donuts and Coffee sudah sangat memuaskan dimana setiap pelanggan yang membeli dengan cepat dan baik ditangani sehingga konsumen tidak terlalu lama mengantri yang akan membuat konsumen merasa bosan menunggu. Baik proses pemesanan dalam sistem Gojek maupun datang langsung ke gerai yang berada di Thamrin Plaza Kota Medan, dan dari segi online pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang kita berikan dapat memberikan keluhan dan tanggapan ke email *customer care* J.CO Donuts and Coffee yaitu [jco@semua.sale](mailto:jco@semua.sale). Tanggapan yang masuk pada pusat pelayanan customer care J.CO Donuts and Coffee tidak sepenuhnya ditanggapi, melainkan menggunakan proses random pada pesan email yang masuk di J.CO Donuts and Coffee Thamrin Plaza Kota Medan tepatnya pada lobby utama lantai 2. Sehingga kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang menentukan pelanggan dalam melakukan pembelian produk kembali secara berkelanjutan. Demikian halnya Lokasi juga tidak kalah

penting dari harga dan kualitas pelayanan karena lokasi juga menjadi faktor utama dalam kegiatan pemasaran, lokasi yang terjangkau dan strategis menjadi pertimbangan untuk melakukan kegiatan pemasaran, yang dimana terdapat di pusat keramaian kota, serta di kota-kota besar. Karena dapat meningkatkan jumlah penjualan produk/jasa menjadi meningkat.

Lokasi berhubungan dengan tempat dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi [5]. J.CO Donuts and Coffee memiliki lokasi yang sangat strategis berada di pusat perbelanjaan yaitu di Thamrin Plaza kota medan yang berada di lantai 2 tepat pada lobby utama thamrin plaza, gerai J.CO Donuts and Coffee memberikan fasilitas ruang makan yang nyaman, juga dilengkapi fasilitas *Hotspot*, *Ac* juga WiFi area dan ini dilakukan untuk menambah kepuasan pelanggan. dengan harapan *image* (citra) yang baik tetap dimata konsumen J.CO Donuts and Coffee, dan mampu bersaing dari para pesaingnya. Penerapan Harga, Kualitas Pelayanan, dan lokasi secara baik dan tepat dan relevan diharapkan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dalam hal ini pelanggan produk J.CO Donuts and Coffee Thamrin Plaza Kota Medan.

Sebelum peneliti melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti melakukan survei awal kepada pelanggan loyal J.CO Donuts and Coffee Thamrin Plaza yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan harga yang ditetapkan oleh J.CO Donuts and Coffee Thamrin Plaza. Pra survei dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada konsumen tentang bagaimana kualitas pelayanan, strategi penetapan harga, dan lokasi yang ditetapkan sehingga pelanggan selalu setia dalam mengkonsumsi produk J.CO Donuts and Coffee yang berada di Thamrin Plaza Kota Medan. Hal ini dikarenakan loyalitas yang diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu pada konsumen J.CO Donuts and Coffee Thamrin Plaza Kota Medan. Salah satu tujuan inti yang diupayakan oleh pemasaran modern adalah menciptakan loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan, Lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts and Coffee Thamrin Plaza”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya diatas, maka hasil perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan?
4. Apakah harga,kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan?

## 1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen yaitu :Harga( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan( $X_2$ ), Lokasi( $X_3$ )
2. Variabel dependen yaitu : Loyalitas pelanggan (Y)
3. Objek penelitian :Pelanggan J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan
4. Tahun penelitian : Januari – Juni 2019

## 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka adapun tujuan dilakukan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis harga,kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak terkait yaitu :

#### 1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan bagi parapeneliti lainnya dalam bidang pemasaran khususnya mengenai analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan, yang akan melakukan penelitian pada topik yang sama mengenai materi yang terkandung dalam penelitian ini.

#### 2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan dapat digunakan sebagai informasi mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggannya dan bahan pertimbangan dalam memperbaiki harga, kualitas pelayanan dan lokasi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

### 1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian dengan judul “Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Alakasa Extrusindo” [6].

Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel harga dan kualitas pelayanan, sedangkan pada penelitian ini menambahkan variabel lokasi. Alasan penambahan variabel lokasi merupakan pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan [7]. Dengan demikian semakin strategis lokasi, semakin mudah pula untuk diakses oleh konsumen. Karena lokasi yang berada di pusat perbelanjaan membuat konsumen dengan mudah menemukan apa yang dibutuhkan selain dari tata letak juga dari akses transportasi menuju J.Co Donuts & Coffee Thamrin Plaza banyak dilalui angkutan umum dan transportasi lainnya.

2. Penelitian sebelumnya menjadikan customer pada PT.Alakasa Extrusindo sebagai objek penelitian, Sedangkan penelitian ini menjadikan pembeli J.CO Donuts & Coffee Thamrin Plaza Medan.
3. Periode penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2015 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2019.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL