

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di dalam era persaingan bisnis saat ini, Kompetitor bisnis terus bertambah. Inovasi produk dilakukan suatu bisnis untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis dengan kompetitor lain. Hal ini dikarenakan keinginan, permintaan dan tren pada pasar yang selalu mengalami perubahan dan tidak tetap. Selain itu, inovasi produk dilakukan untuk membedakan suatu produk dengan produk lain sehingga mudah dikenal dan diingat oleh pelanggan. Sehingga inovasi produk merupakan suatu hal yang perlu dilakukan. Ketika suatu bisnis tetap bertahan tanpa melakukan inovasi pada produknya, maka suatu bisnis tersebut beresiko gagal dalam mengikuti persaingan bisnis dengan kompetitor lain dan juga kehilangan pelanggannya. Dengan terus dilakukannya inovasi produk, suatu bisnis dapat menjaga loyalitas pelanggan untuk tidak beralih ke produk kompetitor. Hal ini dikarenakan, banyaknya kompetitor bisnis yang memasarkan produk yang sejenis dan terus melakukan inovasi produk. Khususnya untuk bisnis kuliner. Sehingga, inovasi produk merupakan faktor pendukung suatu pelanggan untuk tetap melakukan pembelian produk secara berkelanjutan.

Inovasi produk merupakan suatu proses pengembangan produk untuk dapat menghasilkan produk yang dapat memberikan nilai tambah dalam memenuhi kebutuhan dan permintaan dari pelanggan tanpa menurunkan standar dari kualitas produk. Inovasi produk dapat dilakukan pada bahan baku pembuatan produk, proses produksi, bentuk atau tampilan produk, kemasan, maupun nama atau merek produk.

Thong's bakery dan café merupakan suatu usaha bisnis yang bergerak di bidang bakery, pastry, dan café. Produk utama yang dijual di thong's bakery dan café adalah produk roti, kue, dan café. Selain itu, thong's bakery dan café juga ada menjual produk lain seperti keripik, selai roti, sambal makanan, dan es krim. Setiap tahun Thong's bakery dan café melakukan inovasi produk. Inovasi produk

dilakukan untuk menarik minat pelanggan untuk tetap loyal dengan produk yang ada di Thong's bakery dan cafe. Inovasi yang dilakukan adalah mengganti beberapa produk dengan menambah produk baru dan mengubah tampilan atau *design* produk. Namun setelah dilakukannya inovasi, permintaan pelanggan mengenai produk baru tidak banyak mengalami kenaikan. Hal ini dikarenakan minat pelanggan mengenai suatu produk yang berbeda - beda dan selalu berubah. Untuk mengatasi hal tersebut, Thong's bakery dan cafe menyediakan layanan bagi pelanggan yang ingin melakukan *request* dalam pemesanan produk sesuai dengan keinginan pelanggan seperti pada tampilan, bentuk, atau ukuran jenis produk.

Selain suatu bisnis harus terus berinovasi, suatu bisnis juga harus mampu menerapkan sistem pelayanan yang baik untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Karena hal lain yang menjadi pertimbangan pelanggan saat ingin melakukan pembelian suatu produk adalah kualitas pelayanan yang diterima. Karena pelayanan merupakan suatu aktivitas yang diterima dan berkaitan secara langsung dengan pelanggan saat datang membeli produk. Kualitas pelayanan dapat diukur dari nilai persepsi pelanggan berdasarkan pelayanan yang telah diterima selama melakukan pembelian produk. Ketika pelayanan yang diterima baik maka pelanggan akan merasa nyaman dan puas saat melakukan pembelian produk dan juga sebaliknya. Ketika pelayanan yang diterima buruk maka pelanggan akan merasa kurang nyaman dan kurang puas selama melakukan pembelian produk dan menyebabkan pelanggan akan berpikir kembali apabila ingin melakukan pembelian produk. Sehingga kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang menentukan pelanggan dalam melakukan pembelian produk kembali secara berkelanjutan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu nilai dari bentuk segala aktivitas layanan yang diterima pelanggan saat melakukan pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang diberikan dengan menerapkan pelayanan sesuai dengan sistem layanan yang telah ditetapkan dengan standar kualitas.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak thong's bakery dan café tergolong standar disesuaikan dengan standar operasional dalam melayani

pelanggan yang baik dan benar. Namun terkadang ada beberapa hal yang menyebabkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi kurang baik. Seperti terkadang penyajian produk makanan cafe yang lama sampai ke pelanggan terutama untuk produk makanan yang jarang dipesan oleh pelanggan cafe. Sehingga pelanggan menjadi menunggu lebih lama dan akhirnya pelanggan melakukan komplain. Selain itu pada saat pemesanan yang dilakukan melalui telepon, terkadang respon yang diberikan oleh pihak *thong's bakery* dan cafe lama ketika ada pelanggan yang menanyakan mengenai produk yang ingin dipesan sehingga karena respon yang diberikan lambat, pelanggan akhirnya membatalkan pesanan. Untuk menghindari hal tersebut terulang kembali, pihak manajemen *thong's bakery* dan cafe memperingatkan kepada karyawan yang beroperasi dalam menyajikan produk cafe untuk mempersiapkan semua bahan-bahan makanan yang ada di menu cafe sehingga waktu penyajian semua produk makanan di cafe menjadi lebih efisien dan untuk pemesanan melalui telepon, karyawan yang biasanya bertugas menerima telepon diberikan pelatihan kembali dalam hal melayani pemesanan produk melalui telepon.

Selain itu, dalam memasarkan suatu produk terdapat harga produk yang telah tercantum atau telah ditetapkan pada suatu produk yang dijual. Penetapan harga suatu produk disesuaikan dengan suatu kondisi atau situasi tertentu. Suatu produk harganya bisa lebih tinggi dikarenakan telah memiliki *brand* yang baik, biaya bahan baku dan pembuatan produk yang tinggi, adanya biaya tambahan lain seperti biaya sewa tempat, dan lain sebagainya. Sebaliknya, suatu produk harganya dapat lebih terjangkau dikarenakan efisien dan efektif penggunaan sumber daya yang dimiliki dalam menghasilkan suatu produk. Sehingga harga dapat dijadikan strategi bersaing suatu bisnis dengan bisnis lainnya. Dengan harga yang sebanding dengan kualitas produk serta sesuai dengan harapan pelanggan, dapat meningkatkan permintaan pelanggan mengenai produk yang dipasarkan. Karena harga dapat dijadikan pelanggan sebagai suatu patokan dalam keputusan akhir pembelian produk sesuai dengan *budget* untuk pembelian produk yang dimiliki. Sehingga harga merupakan suatu komponen pendukung dalam pembelian produk.

Harga merupakan suatu nilai atau nominal produk yang ditetapkan untuk membedakan nilai antara suatu produk dengan produk lainnya. Besarnya jumlah harga disesuaikan dengan kondisi suatu produk.

Harga produk thong's bakery dan café 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, thong's bakery dan café sering melakukan promosi mengenai potongan harga secara langsung maupun melalui media sosial. Seperti promo harga segala produk roti setiap tanggal 28 mendapatkan potongan harga 20 % dari harga produk yang dijual biasanya dan setiap pemesanan kue yang dilakukan melalui akun line akan mendapatkan potongan 10 % dari harga jual produk biasanya.

Setiap bisnis usaha sudah memiliki pangsa pasarnya masing - masing. Namun dari target pasar yang ada, suatu bisnis harus mampu mempertahankan pelanggan yang loyal supaya tidak beralih ke produk lain. Dengan adanya pelanggan yang loyal, suatu bisnis akan lebih mudah memperkenalkan produknya ke pelanggan lainnya dan mempertahankan keberlangsungan kegiatan operasional bisnisnya. Sehingga loyalitas pelanggan merupakan suatu hal yang perlu dipertahankan dalam suatu bisnis.

Loyalitas pelanggan merupakan suatu wujud kesetiaan seorang pelanggan pada suatu produk. Hal ini dikarenakan loyalitas pelanggan tercipta ketika seorang pelanggan merasa puas terhadap suatu produk. Karena kualitas produk maupun pelayanan yang diterima selama melakukan pembelian produk. Sehingga pelanggan yang loyal akan tetap melakukan pembelian secara berkelanjutan.

Dari uraian di atas, dapat dinyatakan bahwa inovasi produk, kualitas pelayanan, dan harga merupakan komponen yang berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan.

Untuk itu, peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Thong’s Bakery dan Café Medan”.

1.2. Rumusan Masalah

Berikut beberapa rumusan masalah mengenai penelitian :

1. Apakah ada Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Thong’s Bakery dan Café Medan?
2. Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Thong’s Bakery dan Cafe Medan?
3. Apakah ada Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Thong’s Bakery dan Café Medan?
4. Apakah ada Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Thong’s Bakery dan Café Medan?

1.3. Ruang Lingkup

Penelitian membahas tentang “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Thong’s Bakery dan Cafe Medan” yang meliputi :

1. Variabel penelitian adalah variabel Inovasi Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Harga (X_3) dan Loyalitas Pelanggan (Y)
2. Periode penelitian dari tahun 2017-2018.
3. Objek penelitian adalah pada Thongs’ Bakery dan café Medan.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis Pengaruh Inovasi Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Thong’s Bakery dan Café Medan secara parsial dan simultan.
2. Mengidentifikasi Inovasi Produk pada Thong’s Bakery dan Café Medan.
3. Mengidentifikasi Kualitas Pelayanan yang ditawarkan oleh Thong’s Bakery dan Café Medan.

4. Mengidentifikasi Lapisan Pasar yang dilayani oleh Thong's Bakery dan Café Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat praktis

Bagi thong's bakery dan cafe, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang membutuhkan penetapan Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga yang ditawarkan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan

2. Manfaat teoritis

- a. Menambah wawasan peneliti mengenai bidang pemasaran. Khususnya mengenai penetapan Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan.
- b. Memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai penetapan Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

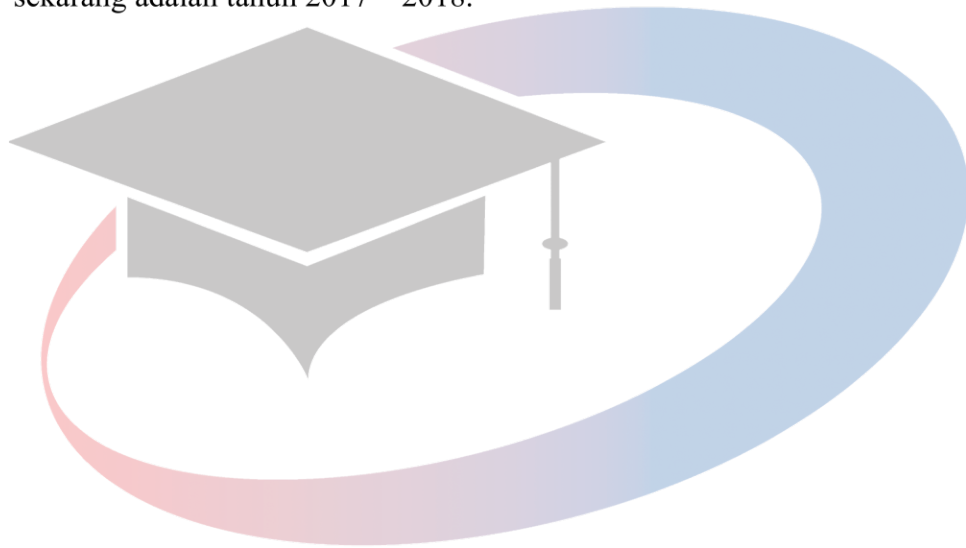
1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan hasil replikasi dari penelitian terdahulu yaitu penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Quick Chicken Jalan Jawa no.63 Jember Tahun 2016”[1].

Adapun perbedaan antara penelitian yang sekarang dan penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu menggunakan satu variabel bebas yaitu kualitas pelayanan sedangkan penelitian sekarang menggunakan tiga variabel bebas yaitu inovasi produk, kualitas pelayanan, dan harga. Penambahan variabel inovasi produk karena pada saat ini perusahaan harus lebih kreatif untuk membuat produk barunya untuk mengantisipasi loyalitas pelanggannya. Perusahaan dituntut agar menghasilkan produk yang memuaskan pada kebutuhan mereka yang senantiasa meminta perubahan [2]. Penambahan variabel Harga karena harga juga bisa ditetapkan untuk mencapai tujuan strategis yaitu mempertahankan pelanggan loyal, meningkatkan pelayanan, mengurangi minat pesaing masuk ke sektor usaha yang sama, serta mengelola tingkat permintaan [3].

2. Penelitian terdahulu menggunakan objek dan responden “Pelanggan Restoran Quick Chicken Jalan Jawa no.63 Jember” sedangkan penelitian sekarang menggunakan objek dan responden “Pelanggan Thong’s Bakery dan Cafe Medan”.
3. Periode penelitian terdahulu adalah tahun 2016 sedangkan periode penelitian sekarang adalah tahun 2017 – 2018.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL