

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis cafe di Indonesia saat ini sedang berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat Banyaknya cafe yang bermunculan dikarenakan cafe sudah menjadi *lifestyle* bagi kebanyakan orang di jaman sekarang, dengan menyediakan tempat dengan desain interior yang menarik serta menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Serta menyediakan berbagai macam konsep seperti alunan musik jazz dan sejarah tentang pembuatan kopi yang menarik minat beli konsumen.

Meningkatnya perekonomian di Indonesia yang diikuti dengan peningkatan penghasilan masyarakat, terutama di kota-kota besar dapat merubah gaya hidup masyarakat saat ini menjadi konsumtif. Salah satu kota besar seperti Surabaya mempunyai karakteristik masyarakat yang cenderung gaya hidupnya suka nongkrong. Berkembangnya gaya hidup yang terjadi di Surabaya, mendorong semakin banyaknya dibuka pusat perbelanjaan (*mall*) sebagai tempat untuk berbelanja (*shopping*) dan tempat nongkrong (Semuel dan Dharmayanti, 2013).

Terdapat banyak Pusat perbelanjaan (*mall*) di Surabaya salah satunya Surabaya *Town square* atau sering disebut Sutos. Surabaya *Town Square* merupakan mall modern yang memiliki ciri khas tersendiri, yaitu mall yang mengutamakan fasilitas restaurant dan cafe dibanding sebagai pusat perbelanjaan. Sutos saat ini adalah tempat nongkrong yang populer dan ramai dikunjungi oleh kalangan anak muda. Di Sutos terdapat banyak cafe salah satunya adalah cafe Excelso (Wijaya dan Siswanto, 2013).

Cafe Excelso adalah sebuah cafe sederhana yang didirikan untuk memperkenalkan merk kopi excelso, excelso saat ini telah menjadi

trensetter bagi para penikmat gaya hidup minum kopi di Indonesia dengan layanan cepat saji dan luas gerai yang kecil serta tampilan desain kreatif minimalis, *Excelsio Express* cocok untuk mereka yang ingin menikmati kopi secara cepat. Selain itu di *Excelsio* terdapat pula berbagai minuman dengan campuran kopi baik panas maupun dingin, misalnya beberapa minuman yang sangat terkenal adalah *avocado coffee*, *coffee float*, *mega mocha shake*, *pearl coffee* dan *frappio*, yaitu *frozen drink* kopi yang sangat nikmat dengan berbagai pilihan rasa. Untuk yang tidak menyukai kopi, tersedia juga berbagai pilihan teh dan minuman dengan bahan dasar buah (<https://eunikeagintas.wordpress.com>).

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat ini, menanamkan persepsi positif bagi konsumen merupakan faktor penting dalam kesuksesan penjualan suatu usaha, maka dari itu para pebisnis cafe perlu memberikan pengalaman yang berbeda bagi konsumen guna menyentuh sisi emosional konsumen. Konsep *Experiential Marketing* yang dikemukakan Schmitt (1999; dalam Indriani, 2006) menyatakan bahwa demi mendekati, mendapatkan dan mempertahankan konsumen loyal, produsen melalui produknya perlu menghadirkan pengalaman-pengalaman yang unik, positif harus didukung dengan kualitas pelayanan yang baik, agar pelanggan puas dan loyal. Oleh karena itu peran *Experiential Marketing*, *Service Quality*, *Satisfaction* dan *Loyalty* perlu diperhatikan, agar mampu mempertahankan posisinya dalam persaingan saat ini.

Experiential marketing adalah suatu usaha yang digunakan oleh perusahaan atau pemasar untuk mengemas produk sehingga mampu menawarkan pengalaman emosi hingga menyentuh hati dan perasaan konsumen Schmitt (1999, h.22 dalam Christian dan Dharmayanti, 2013).

Kegiatan *experiential marketing* ini telah banyak dilakukan oleh para pebisnis, salah satunya adalah usaha dibidang cafe. Para pebisnis yang

terjun dalam usaha ini saling berlomba-lomba untuk memberikan kepuasan bagi konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen dengan menawarkan berbagai produk makanan dan minuman yang menarik, berkualitas dengan harga yang bersaing dengan kompetitor, serta memberikan suasana cafe yang berbeda dengan suasana cafe yang lainnya.

Selain itu *service quality* menurut Kotler (2005:153 dalam Gulla *et.al*, 2015) menyatakan kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Jika Kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan akan menciptakan kesan baik dan positif sehingga diharapkan pelanggan merasa puas dan loyal pada perusahaan. Cafe Excelso di Surabaya *Town Square* juga harus memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan yaitu dengan pelayanan yang sopan, ramah, dan menyenangkan sehingga pelanggan merasa dihargai dan puas, yang kedepannya diharapkan mampu menciptakan pelanggan yang tetap.

Customer Satisfaction menurut menurut Kotler dan Keller (2009) didefinisikan sebagai perasaan pelanggan yang puas atau kecewa atas hasil dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan akan timbul apabila pelanggan mendapatkan pengalaman positif dan merasakan kualitas layanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapannya. Pelanggan yang puas biasanya akan menjadi loyal terhadap perusahaan dan bersedia merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain.

Customer Satisfaction adalah kesediaan pelanggan untuk melanjutkan pembelian pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dan menggunakan produk atau pelayanannya secara berulang, serta

merekomendasikannya kepada orang lain secara sukarela (Lovelock, 2007 dalam Lokito dan Dharmayanti). Loyalitas pelanggan merupakan harapan tertinggi dari banyak perusahaan, hal ini dapat terjadi apabila perusahaan mampu memberikan pengalaman yang positif dan kualitas layanan yang baik pada pelanggan menimbulkan kepuasan yang berujung pada loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan akan terlihat dari adanya pembelian ulang dikemudian hari.

PT. Excelso Multi Rasa yang berdiri sejak tahun 1990 adalah anak perusahaan dari Kapal Api Group. Kapal Api sendiri berdiri sejak tahun 1927, bergerak dibidang usaha kopi dengan merk pertama Kopi Kapal Api dan saat ini telah menjadi pemimpin pasar dalam penjualan kopi di Indonesia. Excelso berasal dari kata “So” dan “*Excellent*” yang digabungkan menjadi “Excelso”. Excelso adalah kedai kopi terbesar di Indonesia dan dibuka pertama kali di Plaza Indonesia. Jumlah gerai Excelso saat ini telah mencapai lebih dari 70 gerai yang tersebar di lebih dari 17 kota besar di Indonesia, yaitu: Jakarta, Solo, Manado, Palembang, Bogor, Surabaya, Balikpapan, Bandung, Malang, Medan, Yogyakarta, Bali, Pekan baru, Semarang, Makassar, Batam. Excelso memiliki 3 (tiga) konsep pelayanan yaitu, de’ Excelso yaitu konsep kafe resto dengan desain yang lebih mewah dan berbeda di setiap gerainya, pelayanan yang lebih personal, penyajian yang lebih baik serta pilihan makanan dan minuman yang lebih banyak (<http://excelso-coffee.com>).

Semakin berkembangnya bisnis cafe di Indonesia cafe excelso berusaha menjaga agar konsumen tetap loyal dan puas. Cafe excelso juga melakukan *experiential marketing* dengan cara memberikan peluang pada pelanggan untuk memperoleh serangkaian pengalaman atas produk dan jasa yang memberikan cukup informasi untuk melakukan pembelian ulang.

Cafe Excelso di Sutos juga harus memberikan kualitas layanan (*service quality*) yang baik kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sopan, ramah, dan menyenangkan sehingga pelanggan merasa dihargai dan puas agar dapat menciptakan pelanggan yang loyal.

Maka dari itu judul yang cocok untuk menggambarkan situasi tersebut adalah: “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diajukan adalah :

1. Apakah *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di café Excelso Surabaya *Town Square*?
3. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*?
4. Apakah *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*?
5. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan di atas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh:

1. *Experiential Marketing* terhadap *Customer Satisfaction* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*.
2. *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*.
3. *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*.
4. *Experiential Marketing* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*.
5. *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di cafe Excelso Surabaya *Town Square*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini meliputi manfaat akademis dan manfaat praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan tambahan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan variabel yaitu *experiential marketing*, *service quality*, *customer loyalty*, dan *customer satisfaction*.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu dan memberikan masukan kepada pelaku usaha dalam upaya membangun *customer satisfaction* yang berujung pada *customer loyalty*.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang isi penelitian ini, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab 1: Pendahuluan

Bagian ini memberikan penjelasan umum tentang latar belakang permasalahan yang berisi gagasan yang mendasari penulisan secara keseluruhan, rumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2: Tinjauan Kepustakaan

Bagian ini berisi antara lain penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, model penelitian dan hipotesis.

Bab 3: Metode Penelitian

Bagian ini terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik analisis data, dan prosedur pengujian hipotesis.

Bab 4: Analisis dan Pembahasan

Bagian ini terdiri dari sampel penelitian, karakteristik responden, deskripsi data, analisis data, uji hipotesis dan pembahasan.

Bab 5: Simpulan dan Saran

Bagian ini merupakan penutup dari penelitian ini yang berisi simpulan dan saran sebagai masukan objek yang diteliti dan memberikan saran bagi pihak- pihak yang bersangkutan.