

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kopi baik di dunia maupun di Indonesia semakin hari semakin diminati oleh banyak orang baik dari kalangan remaja maupun orang dewasa. Hal ini dikarenakan kopi mempunyai arti kebutuhan tersendiri bagi orang-orang yang membutuhkan dan akan menjadi pilihan untuk menemani aktifitas sehari-hari. Sejarah kopi sangatlah panjang dan banyak keunikan kopi yang belum diketahui oleh banyak orang maka dari itu dengan skripsi ini peneliti ingin menyampaikan apa yang peneliti ketahui dan membagi informasi yang peneliti dapat dari banyak referensi dan dari orang-orang yang peneliti temui dan menjadi pelanggan saya tentang arti kopi sesungguhnya. Kopi sendiri berasal dari kata *qahwa* yang diambil dari frasa arab yang berarti kekuatan. Dimana pada masa itu, mencicipi kopi identik dengan menghasilkan energi yang baik bagi tubuh. Dalam perkembangan yang terjadi kata *qahwa* digantikan dengan kata *kahve* diambil dari bahasa Turki yang mempunyai arti yang sama dengan *qahwa*. Kemudian kata *kahve* dilanjutkan dengan kata *koffie* yang sampai sekarang masih kita gunakan. Dan alasan orang Indonesia mengadopsi kata *koffie* menjadi kopi dikarenakan pada saat Belanda menjajahi Indonesia, orang Belanda sering menyebutnya di acara minum kopi bersama.

Pada zaman dulu orang hanya mengetahui kalau ke cafe itu hanya sekedar menikmati kopi, akan tetapi dengan perkembangan zaman dan banyak orang yang bereksperimen dengan kopi munculah ide akan varian-varian baru yang dimana kopinya dicampur dengan bahan lain seperti dicampur dengan susu, sirup-sirup perasa serta banyak juga dicampur dengan buah seperti alpukat, pisang, dan lain sebagainya. Begitu juga dengan konsep bangunan cafe sendiri semakin hari semakin modern dengan beberapa variasi interior dan fasilitas yang sengaja ditambah untuk menambah kenyamanan customer dan sebagai pembeda dengan cafe yang lainnya dimana menurut peneliti hal ini masuk ke dalam strategi untuk meningkatkan destination image di mata customer.

Beberapa tahun terakhir bisnis cafe berkembang pesat, oleh sebab itu menjadi hal biasa apabila ditemukan bisnis cafe di kota-kota kecil seperti di wilayah malang Provinsi Jawa timur. Menjamurnya bisnis cafe di kota-kota kecil disebabkan terjadi perubahan gaya hidup dan perilaku masyarakat. Dimana masyarakat terutama kategori generasi milenial senang bersosialisasi dan menghabiskan waktu di cafe, untuk nongkrong, mengerjakan

tugas-tugas sekolah atau tugas kampus dan biasa dijadikan sebagai tempat pertemuan untuk membahas sebuah pekerjaan atau tempat melakukan arisan keluarga.

Fenomena tersebut menjadi sebuah peluang bisnis sehingga sebagian orang yang memiliki modal lebih berusaha untuk berbisnis di bidang cafe. HABBIT eatery merupakan salah satu cafe yang ada di malang yang berusaha memanfaatkan peluang bisnis tersebut. eksistensi caffe di malang telah menjadi pemandangan sehari-hari khususnya dikalangan mahasiswa. Salah satu caffe di malang yang menarik perhatian saya adalah cafe HABBIT eatery, yang terletak di Jl.Lawu No.6, Oro oro Dowo, klojen Malang. Hal pertama yang menarik perhatian saya adalah intensitas pengunjung yang datang setiap hari selalu ramai terutama pada saat sore sampai malam hari. Dengan ini peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi dari cafe HABBIT eatery sendiri dengan melihat kelebihan-kelebihan yang ada di cafe HABBIT eatery dari pertanyaan-pertanyaan yang akan peneliti berikan ke customer melalui kuesioner. Sehingga peneliti dapat menyimpulkan bagaimana strategi yang dibuat untuk menaikkan destination image. Dan dengan pertanyaan yang dibuat peneliti akan mendapatkan informasi akan nilai-nilai apa saja yang diberikan cafe habit eatery untuk pelanggannya, sehingga tercapainya kepuasan pelanggan yang membuat customer mempunyai rasa untuk datang kembali menikmati menu yang ditawarkan serta konsep cafe yang nyaman sehingga customer yang datang bisa dikatakan loyal terhadap cafe HABBIT eatery itu sendiri. Dengan penelitian ini juga peneliti ingin menyesuaikan hasil yang peneliti dapat dengan teori yang ada sebelumnya menurut para ahli tentang variabel peneliti. Teori yang peneliti dapat yang pertama destination image,

menurut Echtner & Ritchie (2011). Menyatakan destination image secara sederhana mengacu pada inspirasi terhadap suatu tempat atau persepsi seseorang terhadap suatu area tertentu. Dengan teori ini peneliti melihat perbedaan setiap cafe yang ada di kota Malang dimana banyak cafe yang tutup dan bangkrut karena kalah bersaing. Yang dimana salah satu faktor menurut peneliti cafe tidak menjaga destination image sehingga cafe mereka tidak dikenal banyak orang.

Teori yang kedua tentang nilai yang diberikan cafe habit eatery untuk customer. Menurut Kotler et al (2002:16) Nilai pelanggan adalah perbedaan antara manfaat yang diperoleh pelanggan dari pemilikan atau penggunaan produk dengan biaya untuk mendapatkan produk itu. Dengan teori nilai diatas peneliti melihat ingin melihat perbedaan nilai yang diberikan cafe HABBIT eatery dengan cafe lainnya, banyak cafe tidak memikirkan nilai yang harus diberikan ke customer dan menurut peneliti hal ini sangat penting untuk menarik perhatian pelanggan untuk merasakan timbal balik dari cafe itu

sendiri sehingga customer merasa ada nilai lebih ataupun keuntungan dalam berkunjung kembali ke cafe tersebut. Nilai yang diberikan misalnya diskon, pelayanan yang baik, serta fasilitas yang lengkap.

Teori yang ketiga tentang kepuasan dari hasil kinerja yang diberikan cafe HABBIT eatery untuk customer. Kotler et al (2002:16) Kepuasan bergantung pada daya guna produk dalam memberi nilai relatif sebagaimana yang diharapkan. Jika daya guna produk dibawah harapan pelanggan, pembeli akan kecewa. Jika daya guna itu sesuai dengan harapan, pembeli akan merasa sangat senang. Konsumen memiliki reaksi secara keseluruhan antara harapan konsumsi dengan produk atau jasa didasari persepsi reaksi, evaluasi psikologis. Dengan melihat teori kepuasan ini peneliti mau belajar bagaimana strategi-strategi secara lengkap yang diberikan oleh cafe HABBIT eatery untuk customernya, diantaranya menjaga kinerja cafe agar tetap konsisten dan tidak mengecewakan customernya, dan hal ini menurut peneliti sangat penting karena untuk menjaga customer tetap merasa puas dengan segala kinerja cafe merupakan hal tersulit dalam bidang manajemen. Karena kembali ke sifat manusia yang kadang bisa salah yang dapat mengecewakan customer.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Destination image, Nilai, Kepuasan, Terhadap Loyalitas Pelanggan di cafe HABBIT eatery Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan penelitian yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Apakah Destination image berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di cafe HABBIT eatery Malang?
2. Apakah nilai berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di cafe HABBIT eatery Malang?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di cafe HABBIT eatery Malang?
4. Apakah Destination image, Nilai, dan Kepuasan, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di cafe HABBIT eatery Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh citra tujuan terhadap loyalitas pelanggan di cafe HABBIT eatery Malang
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh nilai terhadap loyalitas pelanggan di cafe HABBIT eatery Malang
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di cafe HABBIT eatery Malang
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Destination image, Nilai, dan Kepuasan, terhadap loyalitas pelanggan di cafe HABBIT eatery Malang

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengenalkan cafe HABBIT eatery di Malang agar lebih banyak dikenal Masyarakat
2. penelitian ini berguna untuk sebagai dasar untuk peneliti selanjutnya mengetahui lebih banyak teori dan referensi yang dapat diambil dari penelitian penulis ini
3. penelitian ini berguna untuk mendapatkan informasi terbaru tentang perkembangan café HABBIT eatery di malang agar dapat menjadi perbandingan dengan cafe lain baik yang ada di kota malang sendiri maupun cafe di seluruh Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. penelitian ini berguna untuk mengetahui tingkat kepuasan dari pengunjung cafe HABBIT eatery yang berbeda-beda.
2. penelitian ini berguna juga untuk mengetahui keunikan dari cafe HABBIT eatery itu sendiri
3. penelitian ini jug sekaligus peneliti ingin belajar untuk mengetahui dasar_dasar pemasaran yang baik dan benar.