

A. Latar Belakang Masalah

Perasaan yang menyenangkan dapat di peroleh seseorang saat menerima sesuatu apabila hal tersebut sesuai dengan yang di inginkan, jika hal tersebut sesuai dengan yang di inginkan maka orang tersebut akan merasa puas. Setelah seseorang merasa puas dan akan menjadi pengguna secara terus menerus sekaligus juga merekomendasikan kepada orang lain maka orang tersebut bisa di katakana loyal. Menurut Griffin (2005:31), loyalitas yaitu konsumen yang setia, konsumen yang setia merupakan konsumen yang melakukan pembelian secara terus menerus, yang tidak hanya membeli satu produk saja melainkan membeli produk lain pada badan usaha yang sama, kemudian merekomendaikan kepada orang lain dan tidak tergoda dengan badan usaha lainnya atau pesaing. Jadi perilaku dan melakukan pembelian secara berulang bisa di katakana juga sebagai loyalitas konsumen.

Seiring dengan perkembangan zaman dan budaya mengakibatkan adanya pergeseran nilai budaya masyarakat sosial menjadi cenderung lebih individual. Kegiatan yang padat membuat masyarakat membutuhkan suatu tempat untuk melepas kepenatan setelah melakukan rutinitas sehari-hari untuk sekedar melepas kepenatan dan kesibukan dengan cara bersantai, makan, minum kopi, mendengarkan musik atau sekedar berkumpul dengan keluarga, teman bahkan rekan kerja. Dari hal tersebut membuat pelaku bisnis melihat usaha *coffee shop*. Karena usaha tersebut bisa menjadi peluang besar bagi para pebisnis untuk berbisnis, terutama di kota Limpung, Batang. (Peneliti 2019)

Di Kabupaten Batang belum terlalu banyak tempat nongkrong terutama *coffee shop* yang bisa bertahan lama. Akan tetapi di salah satu sudut kota Limpung terdapat sebuah *coffee shop* yang tidak terlalu besar, namun *coffee shop* tersebut ramai dikunjungi. Dimana lokasi *coffee shop* tersebut terletak di pinggir jalan raya dan berada di samping SPBU Sempu Kecamatan Limpung, tepatnya di Jalan Raya Banyuputih-Limpung, Batang. *Coffee*

shop tersebut di beri nama Kedai Kopi Huft Coffee and Space. Lokasi juga sangat berpengaruh bagi suatu usaha sebuah perusahaan, lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman akan sangat di cari oleh sebuah perusahaan untuk membuat sebuah usaha. Sebuah perusahaan juga harus mempunyai letak yang akan di jadikan sebagai kegiatan perusahaan tersebut bisa membuat produk yang di hasilkan atau di jual dapat di jangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. (Peneliti 2019)

Kedai kopi Huft Coffee and Space selain menyediakan menu berbagai macam minuman kopi *Espresso Base* dan *Manual Brewing*, juga menyediakan berbagai menu lainnya seperti *Flavour Latte*, *chocolate*, *Soda* serta *Milkshake*. Di kedai kopi tersebut juga terdapat beberapa menu makanan seperti berbagai macam *Pizzaria*, *Snack* dan *Pasta*. Selain itu ada juga berbagai macam *Gelato*. (Owner Kedai Kopi Huft Coffee and space).

Kedai kopi Huft Coffee and Space menetapkan standar operasional untuk mendapatkan dan mempertahankan kualitas produknya. Yang mana standar operasional yang di tetapkan diantaranya adalah jenis dan jumlah bahan baku, lama proses pembuatan, mesin dan peralatan yang digunakan. Selain itu Kedai Kopi Huft Coffee and Space tidak hanya terpaku pada konsumen yang hanya mencari produk yang asal murah saja. Secara umum suatu produk dapat didefinisikan sebagai hal yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau keperluan konsumen. Produk yang di tawarkan ke pasar harus mempunyai kualitas yang bagus. Meskipun murah, *coffee shop* ini sangat mementingkan kualitas produk yang mereka jual. Karena harga yang murah biasanya membuat konsumen beranggapan bahwa produk yang di jual tidak terjamin kualitasnya. Kotler dan Keller (2009:67), berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang atau nilai yang di tukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan atau yang di bebaskan untuk sebuah produk dan jasa. Dengan harga yang murah dengan kualitas yang terjamin akan semakin membuat suatu produk atau jasa di buru oleh para konsumen.

Konsumen yang datang ke Kedai kopi Huft Coffee and Space ada berbagai kalangan, dari pelajar, mahasiswa bahkan para pekerja swasta, (Angket Pra Penelitian, 2019). Mereka datang ke Kedai kopi Huft Coffee and Space bukan hanya untuk iseng-iseng menikmati kopi dan nongkrong saja, melainkan untuk bertemu dengan rekan bisnisnya dan juga untuk sekedar melepas penat dari kegiatan sehari-hari. Meski konsep Kedai kopi Huft Coffee and Space masih menjadi budaya asing bagi masyarakat sekitar, namun Kedai kopi Huft Coffee and Space justru menjadi sensasi yang berbeda dan baru bagi masyarakat sekitar.

Untuk mengetahui tingkat loyalitas dari konsumen tersebut maka peneliti berniat untuk melakukan pra penelitian terlebih dahulu. Dalam melakukan penentuan variabel loyalitas konsumen dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan indikator yang diambil dari artikel yang disusun oleh Andreassen (1998), antara lain mengekspresikan perilaku secara intens yang terkait dengan produk dan jasa, tanggapan mengenai produk yang dipakai dan tanggapan dari mulut ke mulut yang positif.

Dari data pra penelitian 32 responden merespon 21% menyatakan sangat tidak setuju, 37% menyatakan tidak setuju, 33% menyatakan setuju, 9% menyatakan sangat setuju. Respon tersebut mengidentifikasikan bahwa dari 32 responden konsumen yang mengisi angket belum semuanya loyal.

Hal ini menarik untuk dibahas oleh penelitian ini dan didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Magdalena (2016), menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jadi, semakin tinggi kualitas produk maka loyalitas pelanggan semakin meningkat. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk memiliki andil besar untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Karena hal tersebut penelitian ini kualitas produk diangkat menjadi prediktor untuk di uji kembali.

Sari dan Andjarwati (2018), menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas studi pada konsumen biscuit di Carrefour Surabaya Utara. Berdasarkan penelitian tersebut, harga menjadi faktor utama yang memicu loyalitas konsumen. Oleh karena itu dalam penelitian ini harga di angkat menjadi prediktor untuk di uji kembali.

Adapun penelitian yang lain yang di lakukan oleh Akhiar dan Mukhtar (2014), menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna lapangan futsal G-Sport Centre di Kota Padang. Hal ini membuktikan bahwa lokasi memiliki andil besar untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Kemudian dalam penelitian ini lokasi di angkat menjadi prediktor untuk di uji kembali.

Jadi, pada penelitian ini kosep Kualitas Produk, Konsep Harga dan Konsep Lokasi dapat di angkat menjadi hipotesis awal. Peneliti akan hipotesis tersebut akan mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KEDAI KOPI HUFT COFFEE AND SPACE”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti kemukakan di awal, kemudian muncul masalah yaitu konsumen di kedai kopi Huft Coffee and Space belum semuanya loyal.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas, maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Huft Coffee and Space?
2. Adakah pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Huft Coffee and Space?
3. Adakah pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Huft Coffee and Space?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Huft Coffee and Space?
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Huft Coffee and Space?
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Huft Coffee and Space?

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian pada penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang seberapa besar kualitas produk, harga dan lokasi dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

b. Bagi Peneliti

Manfaatnya bagi peneliti adalah menambah pengetahuan dan wawasan peneliti di bidang produk dan jasa.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yaitu bagi Kedai Kopi Huft Coffee and Space. Manfaatnya yaitu dapat memberikan informasi mengenai tingkat loyalitas konsumen sebagai evaluasi Kedai Kopi Huft Coffee and Space.

CONTOH