

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman memberikan pengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, baik mengenai cara pandang, kebiasaan dan pola hidup. Perkembangan ini membuat banyaknya terbukanya kegiatan usaha dengan ide baru yang sesuai dengan gaya hidup kekinian manusia, salah satunya adalah usaha kuliner, usaha kuliner menjadi salah satu usaha yang mengalami perkembangan yang sangat pesat, mulai dari jenis makanan hingga tempat usaha, salah satunya adalah cafe.

Industri cafe merupakan salah satu jenis usaha yang cepat menyebar seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang berkembang pesat. Cafe yaitu suatu tempat yang identik dengan meja-meja dan kursi yang tertata rapi dan juga sofa yang nyaman, menjual aneka varian kopi dan makanan kecil sebagai penunjang disertai alunan musik dan suasana nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen. Cafe dikategorikan kedalam restoran yang informal dan biasanya buka sampai larut malam bahkan ada yang 24 jam dan sering kita temukan di tengah kota atau ditempat yang padat penduduk.

Perkembangan bisnis café juga terjadi di wilayah labuhanbatu Selatan, khususnya Kota pinang, salah satu kecamatan yang ada di wilayah Labuhanbatu Selatan ini tidak kalah dengan kota yang lebih besar didalam Upaya meningkatkan suatu daerah, salah satunya adalah banyaknya terdapat cafe yang dijadikan sebagai tempat nongkrong sesuai dengan perkembangan zaman dan

gaya hidup masa kini. Hal ini terlihat banyaknya cafe yang terdapat di wilayah kota pinang dengan berbagai desain tempat dan menu makanan yang bervariasi guna menarik minat konsumen, salah satunya adalah teras kopi.

Teras kopi merupakan salah satu cafe yang terdapat di kota pinang, tingginya Tingkat persaingan antar pengusaha café ini membuat teras kopi harus memiliki strategi khusus didalam melakukan peningkatan suatu usaha, semakin baik Teknik pelayanan yang dilakukan maka akan semakin menarik bagi konsumen, teras kopi selalu berusaha mendesain tempat agar membuat konsumen menjadi lebih nyaman, dan menjaga kualitas rasa makanan dan menarik minat konsumen dengan menyediakan hiburan live music bagi konsumen.

Didalam Upaya peningkatan suatu usaha, loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan, semakin baik loyalitas konsumen maka akan semakin baik pula kemajuan suatu usaha, loyalitas konsumen harus menjadi perhatian khusus para pelaku usaha. Loyalitas seorang konsumen akan memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha, loyalitas konsumen merupakan kesetiaan seorang konsumen terhadap suatu produk atau tempat. Loyalitas konsumen membuktikan nilai suatu usaha.

Fenomena yang peneliti lihat mengenai loyalitas konsumen pada teras kopi adalah Tingkat loyalitas konsumen pada teras kopi masih belum sepenuhnya baik,hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa masih terdapat café dengan desain tempat yang lebih menarik dan memberikan Word of mouth yang lebih bila dibandingkan dengan teras kopi, hal

ini tentu saja menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan mengenai loyalitas konsumen pada teras kopi.

Didalam Upaya meningkatkan loyalitas konsumen terdapat beberapa factor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen tersebut, factor pendukung tersebut akan meningkatkan loyalitas seorang konsumen. Peneliti melihat bahwa didalam meningkatkan loyalitas konsumen pada teras kopi, factor yang mempengaruhi adalah bagaimana perilaku konsumen, bagaimana packaging produk, bagaimana word of mouth dan bagaimana promosi.

Perilaku konsumen merupakan sikap seorang konsumen yang menunjukkan penilaian terhadap suatu produk atau tempat sebagai bentuk penilaian. Konsumen dengan Tingkat kepuasan yang baik akan menunjukkan perilaku yang baik pula, sebaliknya konsumen akan menunjukkan perilaku yang kurang baik apa bila suatu produk yang diperoleh tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Peneliti menilai bahwa perilaku konsumen pada teras kopi tidak seluruhnya mencerminkan kepuasan konsumen, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang memberikan keluhan mengenai teras kopi.

Packaging product merupakan kemasan suatu produk agar kelihatan lebih menarik di mata konsumen, menampilkan bagaimana kemasan produk adalah suatu trik agar produk yang ditawarkan terlihat lebih memiliki nilai jual, untuk itu memperhatikan bagaimana kemasan produk menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Peneliti menilai bahwa masih terdapat permasalahan mengenai packaging product, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang

memberikan komplemen tentang bagaimana teras kopi melakukan packaging product.

Word of mouth merupakan Teknik promosi yang di nilai sangat efektif didalam memasarkan suatu produk, word of mouth merupakan promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh konsumen. Konsumen cenderung mempromosikan sesuatu yang dinilai bagus kepada konsumen lainnya sebagai bahan referensi konsumen lainnya. Peneliti menilai bahwa word of mouth pada teras kopi masih belum sepenuhnya baik, hal ini dinilai dari masih terdapat konsumen yang mempromosikan café lain kepada konsumen.

Promosi juga merupakan factor penting di dalam meningkatkan loyalitas konsumen, promosi dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang suatu produk. Promosi yang baik akan membuat konsumen tertarik dengan suatu produk, akan tetapi peneliti menilai bahwa Tingkat promosi yang dilakukan teras kopi belum sepenuhnya maksimal, hal ini dinilai dari teras kopi kurang memanfaatkan media social sebagai sarana promosi, Dimana hal ini bisa menjadi daya Tarik tersendiri bagi konsumen.

Dari penjabaran fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISA PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PACKAGING PRODUCT, WORD OF MOUTH DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TERAS KOPI KOTA PINANG”.

## **B. Batasan dan Perumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai Analisa Pengaruh Perilaku Konsumen, Packaging Product, Word Of Mouth Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Teras Kopi Kota Pinang

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Secara parsial bagaimana pengaruh perilaku konsumen ( $X_1$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi kota pinang?
2. Secara parsial bagaimana pengaruh packaging product ( $X_2$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi Kotapinang?
3. Secara parsial bagaimana pengaruh word of world ( $X_3$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi Kotapinang?
4. Secara parsial bagaimana pengaruh promosi ( $X_4$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi Kotapinang?
5. Secara simultan bagaimana pengaruh perilaku konsumen ( $X_1$ ), packaging product ( $X_2$ ), word of mouth ( $X_3$ ), promosi ( $X_4$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi Kotapinang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara parsial bagaimana pengaruh perilaku konsumen ( $X_1$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi kota pinang.
2. Untuk mengetahui secara parsial bagaimana pengaruh packaging product ( $X_2$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi Kotapinang.
3. Untuk mengetahui secara parsial bagaimana pengaruh word of world ( $X_3$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi Kotapinang.
4. Untuk mengetahui secara parsial bagaimana pengaruh promosi ( $X_4$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi Kotapinang.
5. Untuk mengetahui secara simultan bagaimana pengaruh perilaku konsumen ( $X_1$ ), packaging product ( $X_2$ ), word of mouth ( $X_3$ ), promosi ( $X_4$ ) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada teras kopi Kotapinang.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti didalam mengetahui ilmu pemasaran yang berkaitan dengan variabel penelitian.

2. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan sumbangan konseptual dalam rangka mengembangkan penelitian khususnya manajemen pemasaran.

### 3. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan acuan didalam melakukan penelitian selanjutnya, baik dari segi penulisan maupun isi penelitian guna meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.