

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Merek merupakan identitas sebuah produk yang dapat dijadikan sebagai alat ukur kualitas suatu produk. Karena itu merek merupakan aset penting dalam sebuah organisasi. Meskipun merek bersifat tidak kelihatan, tetapi nilai sebuah merek lebih dari pada sesuatu yang kelihatan. Peran merek bukan lagi sekedar nama atau pembeda dengan produk kompetitor, tetapi sudah menjadi salah satu faktor penting dalam keunggulan bersaing. Merek menjadi faktor utama suksesnya sebuah produk. Oleh karena itu perusahaan sangat memperhatikan aktivitas membangun dan memperluas merek. Semua itu dilakukan untuk menciptakan pelanggan yang setia kepada produk tersebut (Budiman *et al.*, 2013).

Riset kepuasan pelanggan merupakan salah satu isu yang menarik untuk diteliti. Hal ini dikarenakan sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam (Mehta & Tariq, 2020 ; Sapitri Eka & Sampurno, 2020 ; Putri & Utomo, 2017 ; Rasyid 2017; Altangerel & Munkhnasan, 2019 ; El-Adly, 2019 ; Erkmen & Hancer, 2019 ; Safitri *et al.*, 2016 ; Hidayat & Firdaus, 2008 ; Sembiring, 2014 ; Haryanto, 2013 ; Normasari *et al.*, 2013 ; Tjahjaningsih 2013 ; Chu *et al.*, 2012).

Hasil riset dari Sapitri Eka & Sampurno, (2020) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan, akan tetapi citra merek berpengaruh langsung dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini didukung oleh temuan riset dari Putri & Utomo, (2017) menjelaskan bahwa secara simultan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat membentuk loyalitas.

Temuan kedua riset tersebut memperkuat dari temuan riset Rasyid (2017) yang menegaskan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Karena pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan membentuk nilai tersendiri dan menciptakan sebuah kepuasan untuk pelanggan.

Suatu perusahaan yang sudah terkenal citra merek nya pasti selalu ingin mempertahankan kualitas dari segala segi. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan pelanggan baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain.

Jika dilihat dari citra merek dan kualitas pelayanan yang sangat memuaskan maka disitulah terciptanya rasa kepuasan konsumen muncul. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh

meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Haryanto, 2013)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut, yaitu :

1. Apakah brand image mempengaruhi kepuasan pelanggan Cold N Brew?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakter dari pelanggan, selanjutnya menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan, dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Cold N Brew.

Secara ringkasnya tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bidang Akademik (Teoritis)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan secara teori serta meningkatkan kompetensi dibidang manajemen yang berkaitan dengan

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

2. Bidang Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan ilmu pengetahuan dan informasi serta perbandingan teori yang telah diperoleh selama berada diperkuliahan agar dapat diterapkan untuk menganalisa permasalahan yang ditulis peneliti.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan dampak positif untuk perusahaan agar bisa mengoreksi kesalahan dan memperbaiki kinerja nya agar lebih baik terutama tentang pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Bagi Pelanggan / Konsumen

Dapat memberiiikan kritik dan saran kepada perusahaan agar lebih baik lagi kedepannya. Dengan cara ini pelanggan juga akan menerima dampaknya mulai dari kebersihan, kerapihan, kejujuran. Dari segi produk pelanggan akan mendapatkan produk yang diinginkan dan dijamin kehalalannya.