

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompleks menuntut adanya berbagai perubahan pada praktek bisnis yang telah dilakukan dengan tujuan agar organisasi-organisasi bisnis tetap *exist* dan bahkan dapat meningkatkan prestasi bisnisnya. Semakin tinggi tingkat persaingan di bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidak pastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif agar mampu memenangkan persaingan di bisnis global. Untuk mencapai hal itu pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar atau pelanggan, karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasar (Kotler & Keller, 2006). Pemasar harus mampu mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Era sekarang ini perusahaan-perusahaan barang maupun jasa menghadapi persaingan pasar yang sangat ketat. Dimana pasar yang potensinya terbatas diperebutkan oleh banyak perusahaan. Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk mencari cara meningkatkan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat seiring bertambahnya tahun.

Perusahaan menyadari bahwa pelanggan yang loyal bisa menghasilkan pendapatan yang besar selama bertahun-tahun. Hal ini

menunjukkan bahwa untuk menghadapi resiko kehilangan pelanggan dengan mengabaikan keluhan dan bertengkar mengenai masalah-masalah kecil tidak dapat dianggap remeh. Apabila perusahaan menimbulkan pelanggan tidak puas, maka ia akan menceritakannya pada setiap orang. Jelas kata-kata yang buruk dari mulut ke mulut lebih cepat daripada kata-kata yang baik dan dengan mudah bisa meracuni sikap publik mengenai produk (Kotler, 2002)

Objek dalam penelitian ini adalah Gerai Kopi Starbucks®. Alasan pemilihan Gerai Kopi Starbucks® sebagai objek penelitian karena Gerai Kopi Starbucks® merupakan salah satu gerai kopi ternama di kota Solo. Dengan melihat fenomena tersebut, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi pada Starbucks® Solo).

1.2 Rumusan Masalah

Pada saat ini perkembangan jaman yang sangat pesat membuat gaya hidup masyarakat ikut berubah, perubahan gaya hidup itu salah satunya adalah kecenderungan masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan di kedai kopi. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah Kepuasan berpengaruh positif terhadap Loyalitas?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas?
3. Apakah Kepercayaan memoderasi pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka beberapa tujuan yang akan dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh positif Kepuasan terhadap Loyalitas.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif Kepercayaan terhadap Loyalitas.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas yang di moderasi oleh kepercayaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui dan memperjelas mengenai pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada kedai kopi Starbucks®.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan serta dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi

peneliti lain yang bermaksud mengadakan penelitian yang sama atau untuk dapat melakukan penelitian lebih lanjut.

- c. Penelitian ini merupakan latihan dan pembelajaran dalam menerapkan teori yang diperoleh sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini sebagai praktik langsung dari teori-teori yang diperoleh selama kuliah, serta untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang manajemen.

- b. Bagi perusahaan kedai kopi

Hasil penelitian ini untuk memberikan gambaran mengenai kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kedai kopi Starbucks®, sehingga dapat menjadi masukan dan dapat dijadikan acuan bagi perusahaan kedai kopi untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

- c. Bagi Pelanggan

Hasil penelitian ini dapat membantu pelanggan saat akan membeli kopi di kedai kopi.

1.5 Sistematika Penulisan

Supaya penelitian ini dapat dilakukan secara terstruktur dan dapat mencapai tujuan penelitiannya, maka materi pembahasan akan dibagi kedalam beberapa bab, dengan susunan bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, yang menampilkan landasan pemikiran secara garis besar baik secara teori maupun fakta yang ada dan menjadi landasan dibuatnya penelitian ini. Rumusan masalah berisi mengenai pernyataan tentang keadaan yang akan diteliti, fenomena atau konsep yang memerlukan jawaban melalui penelitian. Tujuan dan kegunaan penelitian yang merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai. Pada bagian terakhir dari bab ini yaitu sistematika penulisan, menguraikan mengenai ringkasan materi yang akan dibahas pada setiap bab dalam penelitian ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori, yang berisi jabaran teori-teori dan menjadi dasar dalam perumusan hipotesis serta membantu dalam analisis hasil penelitian. penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Hipotesis adalah pernyataan yang disimpulkan dari tinjauan pustaka, serta merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian. Model Penelitian adalah skema yang dibuat untuk menjelaskan secara singkat permasalahan yang akan diteliti.

BAB III : METODA PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang berbagai metode penelitian meliputi definisi operasional variabel dalam penelitian akan dibahas sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Jenis dan sumber data adalah gambaran tentang jenis data yang digunakan untuk penelitian. Penentuan sampel berisi mengenai masalah yang berkaitan dengan jumlah populasi, jumlah sampel yang diambil, teknik sampel dan metode pengambilan sampel. Metode analisis data mengungkapkan bagaimana gambaran model analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan tentang deskripsi data yang terdiri dari penjelasan tentang analisis deskriptif, deskripsi responden, deskripsi jawaban responden. Bab ini juga akan menjelaskan hasil uji penelitian terdiri dari uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian uji normalitas, selanjutnya uji asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, berikut penjelasan tentang uji hipotesis yaitu uji analisis regresi linear berganda, uji-t (uji parsial), dan uji F (uji simultan), yang terakhir penjelasan tentang uji koefisien determinasi (R^2).

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang bagian terakhir dari penelitian atau skripsi yaitu kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.