

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, loyalitas pelanggan menjadi salah satu kunci keberhasilan sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan, tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan antara perusahaan dan konsumennya. Namun, menjaga loyalitas pelanggan bukanlah hal yang mudah. Banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam mempertahankan basis pelanggan mereka, yang ditunjukkan oleh tingginya tingkat perpindahan pelanggan ke kompetitor.

Ketidakloyalan pelanggan dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk atau jasa yang tidak konsisten, pelayanan pelanggan yang kurang memuaskan, harga yang tidak kompetitif, dan kurangnya inovasi yang relevan dengan kebutuhan pelanggan, persaingan yang lebih kompetitif, kurangnya personalisasi, masalah kepercayaan, pengalaman negatif, kurangnya komunikasi, serta tidak adanya keterlibatan pelanggan. Dalam era digital ini, informasi mengenai produk atau jasa lain sangat mudah diakses, sehingga pelanggan lebih mudah membandingkan dan memilih alternatif yang dirasa lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

Selain itu, pengalaman pelanggan memainkan peran penting dalam membangun loyalitas. Pelanggan yang merasa tidak puas dengan produk atau layanan cenderung mencari opsi lain yang menawarkan nilai lebih baik. Misalnya, layanan pelanggan yang lambat merespons keluhan atau kegagalan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan dapat menciptakan kesan negatif yang sulit dihilangkan.

Dampak dari ketidakloyalan pelanggan tidak hanya terbatas pada penurunan pendapatan, tetapi juga dapat memengaruhi reputasi perusahaan di pasar. Dalam dunia yang sangat terhubung melalui media sosial, pengalaman negatif pelanggan dapat menyebar dengan cepat dan merusak citra perusahaan. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang menyebabkan ketidakloyalan pelanggan menjadi sangat penting untuk mengidentifikasi solusi yang efektif dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kafe dan restoran adalah bagian dari bisnis layanan makanan dan minuman, yang mengalami pertumbuhan pesat dan persaingan ketat. Menjaga kualitas produk, layanan, dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan mana pun yang ingin berkembang di pasar yang sangat ketat ini. Manajemen kualitas dan layanan adalah penentu penting keberhasilan dalam mencapai tujuan ini. Untuk memenuhi harapan konsumen, Ganesha Mocktail, seperti perusahaan lain di industri ini, harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas penawarannya.

Manajemen membutuhkan strategi dan prosedur manajemen kualitas agar dapat bersaing. Ini adalah langkah-langkah yang digunakan perusahaan untuk tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan dan berjalan dengan lancar. Sedikitnya jumlah pekerja yang tersedia secara pribadi, masalah kompetensi personil yang tidak memadai dalam manajemen layanan, dan masih terdapat pelanggan yang merasa kurang nyaman dalam pelayanannya, merupakan beberapa masalah yang sering dihadapi. Sebuah perusahaan harus menjadikan manajemen kualitas sebagai prioritas jika ingin terus meningkatkan kualitas dalam segala hal yang penting bagi konsumennya (Oladejo-babalola et al., 2024).

Perbaikan dalam manajemen mutu yang melibatkan sebagian atau seluruh karyawan organisasi diperlukan untuk peningkatan mutu secara menyeluruh, yang akan menghasilkan kesuksesan kompetitif dan, pada akhirnya, kepuasan pelanggan. Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, manajemen mutu mempertimbangkan keseluruhan bisnis, tidak hanya produk dan layanannya, tetapi juga karyawan, prosedur, dan lingkungannya. Manfaat menggunakan sistem manajemen mutu untuk meningkatkan tingkat kinerja dan pendapatan bisnis secara keseluruhan. Karena kinerja perusahaan yang meningkat dan reputasi yang baik, yang keduanya dihasilkan dari peningkatan kualitas yang konstan, pelanggan akan lebih senang (Efendi & Sholeh, 2023).

Manajemen mutu yang baik tidak hanya mencakup pengendalian kualitas produk, tetapi juga mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang

berkelanjutan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Begitu juga dengan kualitas pelayanan, yang meliputi berbagai aspek mulai dari ketepatan waktu, keramahan, hingga kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan selama berada di tempat usaha. Kedua aspek ini, manajemen mutu dan kualitas pelayanan, secara substansial berdampak pada kebahagiaan konsumen, yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen.

Pelanggan yang merasa senang dengan layanan yang mereka dapatkan akan lebih mungkin untuk kembali dan merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain. Jika barang atau jasa perusahaan memenuhi atau melebihi harapan konsumennya, pelanggan tersebut akan tetap setia pada perusahaan tersebut. Odunlami dan Matthew (2015) menyatakan bahwa agar perusahaan dapat menciptakan dan mempertahankan kemitraan yang menguntungkan, saat ini mereka harus memahami tingkat loyalitas klien. Untuk membangun hubungan jangka panjang, loyalitas klien sangat penting. Namun, seberapa senangnya klien dengan layanan atau produk perusahaan menentukan seberapa loyal mereka nantinya. Orang cenderung menyebarkan berita tentang pengalaman mereka, baik senang maupun tidak senang. Jika sebuah perusahaan ingin sukses, salah satu tujuannya adalah membuat pelanggannya senang. Untuk melakukan hal ini, perusahaan perlu mengetahui apa yang diinginkan oleh para pelanggan dan kemudian memberikannya kepada mereka. Hal ini akan membuat pelanggan lebih bahagia dan hubungan yang lebih bermanfaat antara kedua belah pihak (Odunlami dan Matthew, 2015).

Karena ini adalah ukuran kepuasan klien, loyalitas pelanggan adalah metrik yang paling penting untuk dipertimbangkan saat mengelola perusahaan. Konsumen yang berdedikasi akan terus kembali lagi. Loyalitas dari konsumen adalah tanda dedikasi dan koneksi yang positif. Loyalitas konsumen dapat dibentuk oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas layanan yang diberikan. Karena alasan sederhana bahwa memuaskan harapan konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian berulang adalah dua sisi dari koin yang sama dalam hal kualitas layanan.

Selain kualitas layanan, kebahagiaan klien adalah faktor kunci dalam membentuk loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting karena hal ini mengarah pada konsumen yang bahagia, yang lebih mungkin untuk melakukan pembelian berulang. Ketika kebutuhan konsumen terpenuhi, mereka lebih mungkin untuk tetap setia pada merek. Salah satu komponen kunci dalam menghasilkan kebahagiaan klien, yang pada gilirannya membentuk loyalitas pelanggan, adalah kualitas layanan. Kepuasan dan loyalitas adalah hasil dari menerima layanan berkualitas tinggi. Loyalitas pelanggan dapat terbentuk melalui kesenangan yang didapat dari menerima layanan berkualitas tinggi (Yuanitasari, 2022:281).

Loyalitas pelanggan menjadi indikator penting dalam kelangsungan bisnis. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian berulang dan dapat menjadi promotor bagi usaha tersebut. Manajemen mutu dan kualitas layanan memiliki dampak langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan, yang harus dipahami. Pelanggan lebih cenderung menjadi pelanggan setia, pembeli berulang, dan promotor dari mulut ke mulut ketika mereka memiliki pengalaman positif dengan barang dan jasa bisnis.

Karena kehidupan masyarakat yang semakin rumit dan semakin banyaknya kafe di Bandung, maka kebutuhan akan bisnis kafe ini pun semakin meningkat. Untuk mengatasi masalah ini, manajemen Ganesha Mocktail telah berinvestasi pada fasilitas baru dan bekerja untuk meningkatkan fasilitas yang sudah ada. Demi mempertahankan pelanggan setia, setiap kafe berusaha untuk memberikan layanan dan fasilitas terbaik. Agar orang-orang merasa nyaman mengunjungi Ganesha Mocktail. Manajemen sangat memperhatikan kualitas dan mutu pelayanan karena hal tersebut berdampak pada loyalitas pelanggan. Ketika konsumen mendapatkan layanan yang mereka inginkan, mereka akan merasa senang dengan hal itu, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan.

Dengan kebahagiaan pelanggan sebagai moderator, penelitian ini berusaha untuk menguji bagaimana manajemen kualitas dan kualitas layanan Ganesha Mocktail

mempengaruhi loyalitas pelanggan. Ganesha Mocktail berharap dapat meningkatkan peluang keberhasilan jangka panjangnya dalam industri yang sangat kompetitif dengan mempelajari lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi kebahagiaan konsumen, kepuasan dengan layanan, dan loyalitas terhadap merek.

Dengan kondisi saat ini, peneliti tertarik untuk menyelidiki Ganesha Mocktail di bawah naungan sebuah penelitian yang berjudul "**Pengaruh Manajemen Mutu dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Ganesha Mocktail**".

1.2. Rumusan Masalah

“Bagaimana Manajemen Kualitas dan Kualitas Layanan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan?” adalah rumusan masalah untuk penelitian ini. Happy Ganesha Cocktail. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana manajemen mutu pada Ganesha Mocktail?
2. Bagaimana kualitas pelayanan pada Ganesha Mocktail?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail?
4. Bagaimana loyalitas pelanggan Ganesha Mocktail?
5. Bagaimana pengaruh manajemen mutu terhadap loyalitas pelanggan Ganesha Mocktail?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Ganesha Mocktail?
7. Bagaimana pengaruh manajemen mutu terhadap kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail?
8. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail?
9. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Ganesha Mocktail?

10. Bagaimana pengaruh manajemen mutu terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail?
11. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, seperti yang dinyatakan dalam rumusan masalah, adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui manajemen mutu pada Ganesha Mocktail
2. Mengetahui kualitas pelayanan pada Ganesha Mocktail
3. Mengetahui kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail.
4. Mengetahui loyalitas pelanggan Ganesha Mocktail.
5. Mengetahui pengaruh manajemen mutu terhadap loyalitas pelanggan Ganesha Mocktail.
6. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Ganesha Mocktail.
7. Mengetahui pengaruh manajemen mutu terhadap kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail.
8. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail
9. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Ganesha Mocktail.
10. Mengetahui pengaruh manajemen mutu terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail.
11. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Ganesha Mocktail.

1.4. Manfaat Penelitian

Keuntungan teoritis dan praktis adalah dua kategori utama yang menjadi tujuan penelitian ini.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan dalam ilmu manajemen, khususnya di bidang manajemen kualitas dan data yang berkaitan dengan kualitas layanan, kebahagiaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat praktis yaitu, sebagai berikut:

1. Bagi Ganesha Mocktail, Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, manajemen Ganesha Mocktail dapat menggunakan temuan studi ini untuk mempengaruhi pengambilan keputusan mereka.
2. Bagi peneliti, Penelitian di bidang manajemen kualitas dapat mengambil manfaat dari temuan penelitian ini, yang dapat menambah literatur yang ada tentang topik manajemen kualitas dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Bagi pihak lain, Keputusan mengenai cara mengatasi masalah yang serupa dengan yang diteliti kemungkinan besar akan diinformasikan oleh temuan studi ini. Hasilnya, para praktisi dapat menggunakan studi ini untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan lebih baik yang terkait dengan kualitas layanan dan manajemen kualitas.

1.5. Struktur Organisasi Tesis

Untuk memudahkan pemahaman dalam penyusunan tesis ini, diperlukan sistematika penelitian yang berfungsi sebagai panduan dalam menyusun laporan penelitian ini, dengan urutan sebagai berikut:

Bab I berisi pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi.

Bab II berisi kajian pustaka dan penelitian yang relevan, Pada kajian pustaka diuraikan mengenai tinjauan tentang konsep atau teori bidang terkait, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III berisi metode penelitian, yang terdiri dari desain penelitian, objek penelitian, metode penelitian, jenis dan sumber data penelitian, operasional variable, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, pengujian instrument, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

Bab IV berisi tentang hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V berisi kesimpulan dan saran.