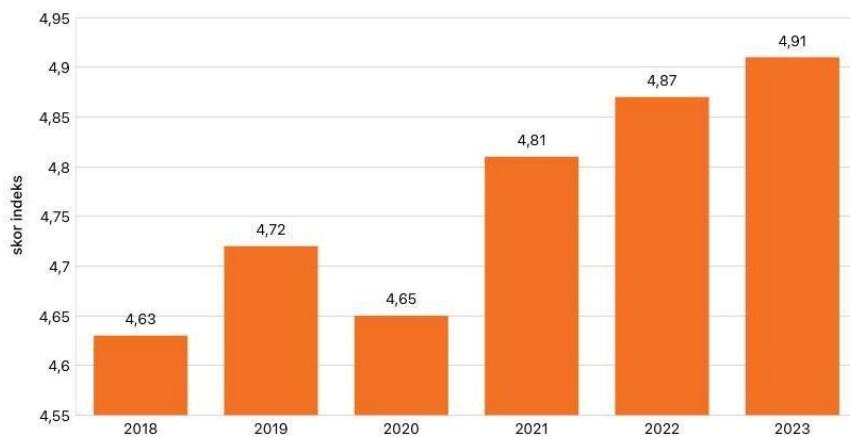


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

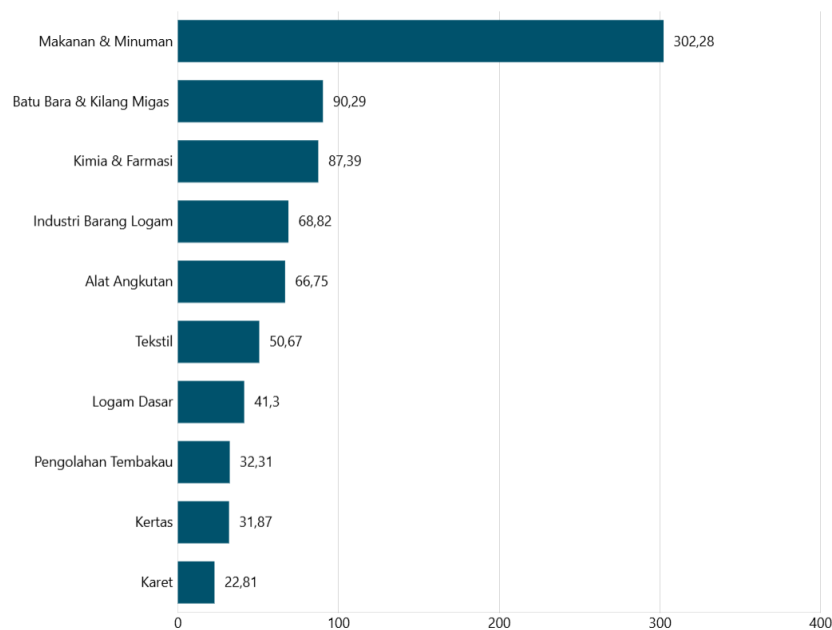
Sektor pariwisata di Indonesia sekarang ini tumbuh cepat salah satunya dengan perkembangan ekonomi. Salah satu pendukung perkembangan ekonomi pariwisata adalah Industri kuliner, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia industri kuliner kini telah menjadi gaya hidup di antara masyarakat modern. Maka dari itu para pelaku bisnis kuliner wajib bersaing ketat untuk menarik pelanggan. Menurut Komisi Pengawas Persaingan Usaha, persaingan usaha di Indonesia saat ini terus mengalami peningkatan tiap tahunnya, khususnya di tahun 2023. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) memberi nilai tingkat persaingan bisnis melalui *Business Competition Index* (BCI) dengan menggunakan skala 1 hingga 7, di mana skor 1 memperlihatkan persaingan yang rendah dan skor 7 memperlihatkan persaingan yang tinggi. Pada tahun 2023, indeks persaingan usaha di Indonesia tercatat mencapai angka 4,91 yang merupakan level paling tinggi dalam enam tahun terakhir.



Gambar 1.1 Indeks Persaingan Usaha Indonesia (2018-2023)
Sumber: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

Pada industri makanan dan minuman di Indonesia sekarang-sekarang ini menghadapi peningkatan yang cukup besar, berdasarkan badan pusat statistik 2022 industri minuman dan makanan menjadi kontributor paling besar hingga Rp 302,28 triliun (34,44%). Fenomena ini tercermin dari semakin menjamurnya usaha kuliner

yang bermunculan dari waktu ke waktu. Maka dari itu, Tak heran jika industri kuliner di Indonesia diprediksi akan terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, membuka peluang yang menjanjikan bagi para pelaku usaha di sektor ini. Faktor-faktor seperti pertumbuhan jumlah penduduk, pergeseran gaya hidup, serta meningkatnya daya beli masyarakat menjadi pendorong utama meningkatnya permintaan terhadap produk makanan dan minuman (Ardiyanti, 2019).



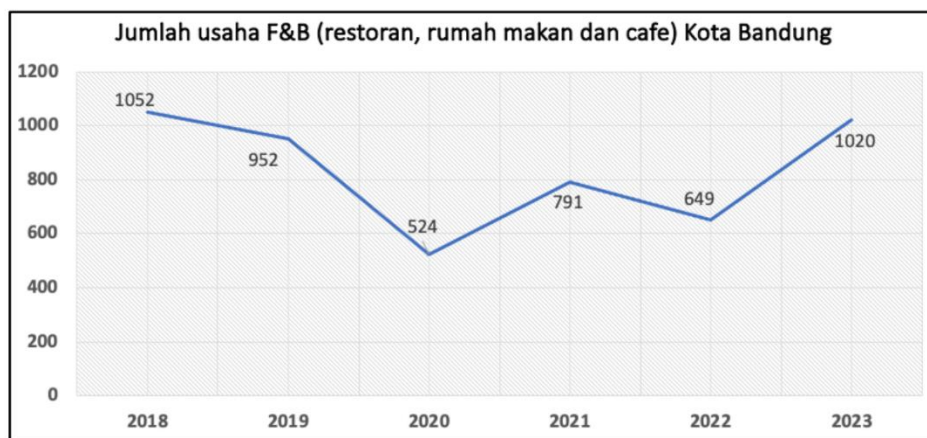
Gambar 1.2 Usaha dengan Jumlah Industri Mikro-Kecil Terbanyak di Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik 2022

Berdasarkan Gambar 1.2, usaha makanan dan minuman menempati urutan pertama. Hal ini menunjukkan bahwa sektor ini memiliki popularitas dan pertumbuhan yang signifikan dibandingkan sektor lainnya. Sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Pradini & Ananda (2022), bisnis di bidang makanan mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Perihal ini terjadi seiring dengan peningkatan jumlah tempat makan seperti kafe, restoran, dan rumah makan yang terus bertambah. Hal ini menunjukkan bahwa, pelaku usaha industri kuliner harus memahami sejauh mana minat konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan dan bagaimana produk tersebut dibandingkan dengan milik pesaing. Selain itu, penting bagi mereka untuk mengevaluasi *service quality* yang diberikan guna

mencapai *customer satisfaction* serta meningkatkan loyalitas. Pelaku usaha bisnis industri kuliner juga perlu mengetahui siapa pesaingnya (Novia *et al.*, 2020)

Kajian mengenai sektor pariwisata, penting untuk mempertimbangkan berbagai aspek yang mendukung potensi wisata di suatu daerah. Menurut Afriza *et al.*, (2020) Jawa barat memiliki sumber daya pariwisata yang beranekaragam salah satunya wisata yang dibuat manusia yang didukung dengan keadaan sosial, alam, tersedianya aksesibilitas dan fasilitas yang bisa menompang pariwisata. Provinsi Jawa Barat mempunyai bermacam daya tarik wisata yang sudah tersebar di wilayah jawa barat. Salah satunya kota Bandung yang jadi kota Metropolitan terbesar di Jawa Barat, Bandung menjadi salah satu destinasi unggulan wisata kuliner (Pramezwary *et al.*, 2021). Keberadaan kafe dengan konsep unik turut memperkuat budaya kuliner yang ada di kota ini. Berikut ialah data yang didapatkan dari Open Data Jabar pada tahun 2018-2023, yang menunjukkan perkembangan industri kuliner di Bandung selama periode tersebut.



Gambar 1.3 Jumlah Usaha F&B di Kota Bandung
Sumber: *opendatajabar*

Berdasarkan Gambar 1.3, data menunjukkan bahwa jumlah usaha *food and beverage* di Kota Bandung pada tahun 2023 meningkat sebesar 57,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini menciptakan peluang besar bagi usaha kuliner di Kota Bandung, menjadikannya pilihan tepat bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan pangan mereka. Pertumbuhan ini disebabkan oleh peningkatan budaya nongkrong di kota Bandung. Sejalan dengan adanya berbagai

pilihan *cafe* yang tersedia, Bandung terus memperkuat statusnya sebagai kota yang memiliki industri kuliner yang kuat dan berkembang (Khoerul Imam *et al.*, 2024).

Pada era yang sudah modern, budaya kopi telah menjadi bagian penting dari gaya hidup di berbagai komunitas, termasuk generasi muda, baik di negara maju maupun berkembang. Para pelaku bisnis memanfaatkan *café* sebagai tempat bersosialisasi dan menikmati suasana. Karena hal tersebut, fungsi *café* telah mengalami perkembangan tidak hanya sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang yang mendukung aktivitas seperti berkumpul, menyelesaikan tugas, hingga menjadi simbol gaya hidup modern. Konsep kekinian yang ditawarkan membuat *café* semakin menarik bagi anak muda (Laras Gemi Nestiti *et al.*, 2022). Sejalan dengan perkembangan tersebut, eksistensi sebuah *café* kini tak hanya dinilai dari kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga dari suasana, kenyamanan, serta nilai gaya hidup yang dihadirkan kepada konsumen (Putra & Handayani, 2021). Oleh karena itu, *café* dituntut untuk mampu menyuguhkan pengalaman yang menyeluruh agar tetap relevan dan diminati di tengah persaingan yang makin kompetitif.

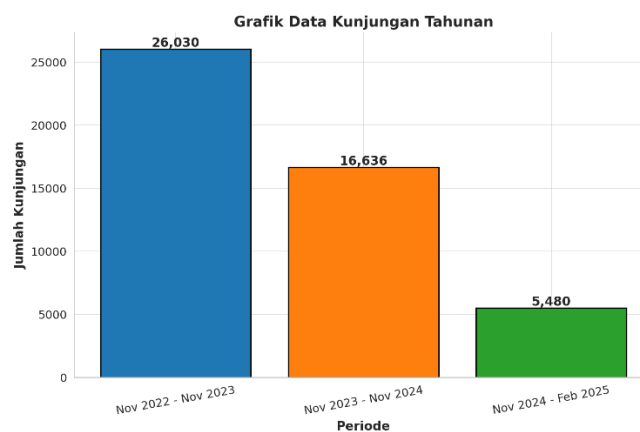
Industri *food and beverage*, penerapan kualitas layanan yang konsisten menjadi aspek krusial dalam membentuk persepsi dan pengalaman konsumen. Hal ini pada akhirnya akan sangat memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas mereka. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas layanan yang unggul dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang mendorong konsumen untuk menjalankan pembelian ulang serta merekomendasikannya ke orang lain. The Deli Bakes Eyckman merupakan salah satu *café* yang berfokus pada penyajian berbagai minuman dan dessert dengan cita rasa autentik, serta mengusung konsep kenyamanan melalui tagline “*feels like home*”. Kenyamanan tempat, pelayanan yang ramah, serta kualitas produk yang konsisten menjadi daya tarik utama *café* ini dalam menarik pelanggan dari berbagai kalangan, khususnya pecinta kopi dan pastry. Namun demikian, dalam menghadapi dinamika kebutuhan pelanggan dan ketatnya persaingan antar *café* di Kota Bandung, *service quality* yang ditawarkan perlu terus dijaga dan ditingkatkan agar tetap relevan serta mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Oleh karena itu, manajemen dituntut untuk memastikan

Kiki Nurjanah, 2025

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bahwa kualitas pelayanan yang diberikan selalu memenuhi harapan konsumen yang makin tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer The Deli Bakes Eyckman, diketahui bahwa jumlah pengunjung mengalami penurunan dalam beberapa periode terakhir. Hal ini menjadi indikator bahwa meskipun café telah memiliki konsep yang kuat dan produk yang berkualitas, masih terdapat aspek dalam layanan yang perlu dievaluasi dan ditingkatkan untuk mempertahankan kepuasan serta loyalitas pelanggan.



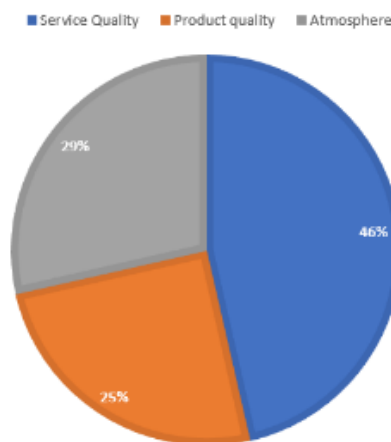
Gambar 1.4 Data Kunjungan Tahunan

Sumber : diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data kunjungan The Deli bakes Eyckman, terlihat adanya penurunan jumlah pengunjung yang signifikan dari November 2022 hingga Februari 2025. Jumlah pengunjung yang awalnya sebanyak 26.030 orang pada periode November 2022 hingga November 2023, menurun menjadi 16.636 orang pada periode November 2023 hingga November 2024, dan lebih lanjut menyusut menjadi 5.480 orang dari November 2024 hingga Februari 2025. Penurunan tersebut mencerminkan tantangan yang dihadapi The Deli Bakes Eyckman dalam menjaga minat dan loyalitas konsumen di tengah persaingan yang makin ketat. Berdasarkan ulasan yang tersedia, beberapa konsumen menyampaikan keluhan terkait kualitas layanan di The Deli Bakes Eyckman. Keluhan ini mencakup aspek seperti ketidakkonsistenan pelayanan, kurangnya keramahan staf, atau waktu tunggu yang dianggap terlalu lama. Berikut merupakan komentar dari para konsumen yang di ambil dari ulasan di *google maps* The Deli Bakes Eyckman.

Kiki Nurjanah, 2025

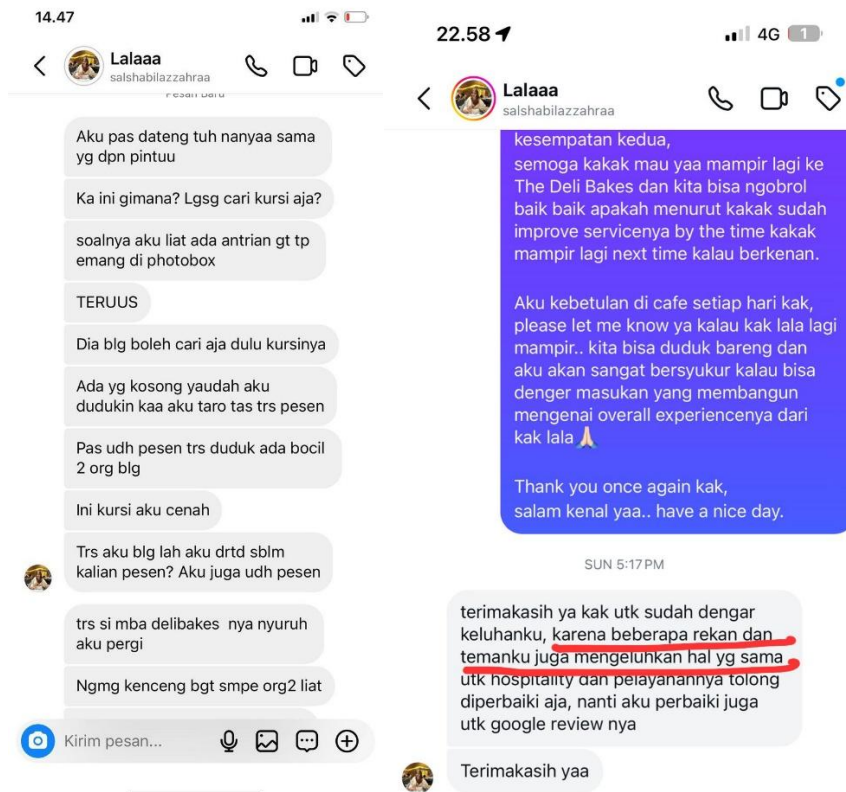
PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 1. 5 Komentar Negatif pada google review The Deli Bakes Eyckman
 Sumber: Google maps, 2025

Berdasarkan ulasan konsumen pada Gambar 1.5, terlihat bahwa aspek *service quality* memperoleh persentase keluhan terbesar yaitu sebesar 46%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang banyak diperhatikan oleh konsumen. Selain itu, terdapat pula keluhan terkait *product quality* (25%) dan *atmosphere* (29%), yang mana lebih kecil namun tetap menjadi catatan penting bagi manajemen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *service quality* merupakan aspek krusial yang perlu segera ditingkatkan agar pengalaman pelanggan lebih baik secara menyeluruh. Selaras dengan penelitian yang dijalankan oleh Gopi & Samat (2020), ditemukan bahwasanya faktor utama yang memengaruhi hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah *service quality*. Menurut Kayumov *et al.*, (2024), yang menerangkan bahwasanya *service quality* yang baik dapat menghasilkan rekomendasi positif, ulasan yang baik, dan peningkatan penjualan. Hal ini dapat membangun hubungan yang kuat antara pelaku bisnis dan konsumen, pelaku bisnis dikatakan berhasil dalam memberikan layanan ketika layanan memenuhi harapan konsumen. Oleh karena itu, pelaku bisnis yang melakukan *service quality* yang konsisten dan terus menerus ditingkatkan akan mempertahankan *customer loyalty* dan memastikan kesuksesan jangka panjang bagi para pelaku bisnis. Hal ini memperlihatkan bahwasanya aspek *service quality* menjadi perhatian penting yang perlu segera diperbaiki oleh The

Deli Bakes Eyckman untuk memenuhi harapan konsumen. Tidak hanya pada *Google Maps*, keluhan mengenai *service quality* juga ditemukan pada akun Instagram The Deli Bakes melalui *direct message* (DM).



Gambar 1.6 Keluhan pada Direct Message The Deli Bakes
 Sumber: Manager the deli bakes

Gambar 1.6 menjelaskan keluhan yang diterima melalui ulasan DM (*Direct Message*) pada akun The Deli Bakes. Menurut akun Instagram @salshabilaazzahraa, yang secara langsung mengungkapkan kekecewaannya terhadap kunjungannya ke The Deli Bakes, mereka tidak mendapatkan layanan pelanggan yang baik dari staf. Dampak dari kejadian ini menyebabkan penurunan tingkat kepuasan pelanggan dan potensi penurunan *customer loyalty*. Dalam dunia bisnis, *customer satisfaction* menjadi prioritas utama, hal ini menunjukkan betapa pentingnya *service quality* dalam dunia bisnis untuk menjaga tingkat kepuasan dan *customer loyalty*. Pendapat Syufrian *et al.*, (2022) *service quality* dan *customer satisfaction* saling berhubungan erat, layanan berkualitas tinggi menghasilkan tingkat *customer satisfaction* yang tinggi tetapi jika layanan tidak memenuhi

Kiki Nurjanah, 2025

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

harapan konsumen, maka ketidakpuasan akan muncul.

Pada dunia bisnis, *customer statisfaction* jadi salah satu elemen penting yang mempengaruhi *customer loyalty*. Penelitian yang dijalankan oleh September, (2024), memperlihatkan bahwasanya atribut kualitas layanan (*service quality*) dan kualitas produk (*product quality*) mempunyai dampak positif yang signifikan kepada kepuasan konsumen pada Hokben di Malioboro. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya menjaga kualitas produk dan layanan dalam membuat pengalaman konsumen yang memuaskan dan berkelanjutan. Maka dari itu, bisnis dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta mendapatkan ulasan positif dan rekomendasi dari konsumen yang puas.

Penelitian-penelitian terdahulu di sektor *food and beverage* memperlihatkan bahwasanya *customer statisfaction* ialah indikator penting dalam mengerti *customer loyalty*. (Gopi & Samat, 2020). Juwaini *et al.*, (2022), menyatakan bahwasanya ada pengaruh yang signifikan antara loyalitas pelanggan dan kepuasan; konsumen yang merasa puas condong mempunyai loyalitas yang tinggi, sementara ketidakpuasan dapat menyebabkan mereka beralih ke kompetitor. Temuan ini memperkuat urgensi fokus pada kepuasan pelanggan sebagai fondasi untuk membina pengaruh jangka panjang antara perusahaan dan konsumen. Mengacu pada penelitian yang relevan, 80% keuntungan suatu bisnis asalnya dari konsumen yang loyal (Meng & Liu, 2016), maka dari itu membangun basis konsumen loyal di tengah gempuran kemajuan *cafe* jadi tujuan yang ingin dicapai tiap entitas bisnis. *Customer statisfaction* mengarah pada kesenangan dan kepuasan yang dirasakan konsumen, untuk menjaga *customer loyalty* pelaku bisnis perlu memenuhi *customer statisfaction* untuk meningkatkan dan menarik konsumen. Menurut (Zhong & Moon, (2020), produk dan layanan berkualitas tinggi merupakan faktor utama dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Berbagai studi sebelumnya juga telah mengkaji dampak kualitas layanan (*service quality*) kepada loyalitas pelanggan dan kepuasan dalam sektor *food and beverage* (Zeithaml *et al.*, 1996; Tjiptono, 2017). Penelitian-penelitian tersebut umumnya menyoroti dimensi *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan

empathy dalam konteks restoran atau rumah makan berskala besar. Namun demikian, masih terbatas kajian yang secara spesifik meneliti implementasi *service quality* pada café lokal dengan konsep tematik yang menonjolkan suasana nyaman dan pengalaman emosional pelanggan, seperti yang diterapkan oleh The Deli Bakes Eyckman. Selain itu, sebagian besar kajian sebelumnya cenderung berfokus pada variabel harga atau kualitas produk sebagai faktor dominan, sedangkan aspek layanan yang bersifat emosional seperti atmosfer tempat dan interaksi interpersonal antara staf dan pelanggan belum banyak dieksplorasi secara mendalam (Setiawan & Sayuti, 2017).

Terdapat *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut, yakni bagaimana kualitas layanan secara menyeluruh dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan pada café yang mengusung konsep *homey*, terutama di tengah intensitas persaingan bisnis kuliner di Kota Bandung. Perbedaan mendasar antara café dan restoran besar dalam konteks *service quality* terletak pada bentuk dan intensitas layanan yang diberikan. Restoran besar umumnya menekankan pelayanan formal yang komprehensif, mencakup kecepatan, ketepatan, serta profesionalisme tenaga layanan dalam memastikan pengalaman bersantap yang optimal. Sementara itu, café lebih menitikberatkan pada suasana yang nyaman (*homey*), interaksi yang hangat namun tidak terlalu formal, serta fleksibilitas dalam memberikan layanan yang cenderung sederhana namun tetap berorientasi pada kenyamanan pelanggan. Dengan adanya perbedaan karakteristik tersebut, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami bagaimana kualitas layanan pada café dapat berperan dalam membangun kepuasan serta loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, studi ini dilakukan untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memberikan pengaruh *customer satisfaction* kepada *customer loyalty* pada café di Kota Bandung, dengan studi kasus pada The Deli Bakes Eyckman. Hal ini didasarkan pada temuan awal melalui ulasan konsumen di platform *Google Maps*, yang memperlihatkan adanya keluhan mengenai kualitas layanan yang belum konsisten. Bila hal ini tak cepat diatasi, maka bisa berdampak pada penurunan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan mengganggu loyalitas konsumen terhadap café tersebut. Oleh karena

itu, penulis akan melakukan penelitian yang judulnya “Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi (Studi Kasus The Deli Bakes)”

1.2 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang tersebut, penulis membuat rumusan sejumlah masalah yang akan didiskusikan pada studi ini :

- 1 Bagaimanakah pengaruh *Service Quality* kepada *Customer Satisfaction* pada konsumen *The Deli Bakes Eyckman*?
- 2 Bagaimanakah pengaruh *Service Quality* kepada *Customer Loyalty* pada konsumen *The Deli Bakes Eyckman*?
- 3 Bagaimanakah pengaruh *Customer Satisfaction* kepada *Customer Loyalty* pada konsumen *The Deli Bakes Eyckman*?
- 4 Bagaimana peran mediasi *Customer Satisfaction* pada pengaruh *Service quality* kepada *Customer loyalty* pada konsumen *The Deli Bakes Eyckman*?

1.3 Tujuan Penelitian

Ada juga tujuan dari studi ini untuk mencari tahu berbagai hal, yakni untuk mengetahui mengenai :

1. Menganalisis pengaruh *Service quality* kepada *Customer Satisfaction* pada konsumen *The Deli Bakes Eyckman*.
2. Menganalisis pengaruh *Service quality* kepada *Customer loyalty* pada konsumen *The Deli Bakes Eyckman*.
3. Menganalisis pengaruh *Customer satisfaction* kepada *Customer loyalty* pada konsumen *The Deli Bakes Eyckman*.
4. Menganalisis peran mediasi *Customer satisfaction* dalam pengaruh *Service Quality* kepada *Customer Loyalty* pada konsumen *The Deli Bakes Eyckman*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, temuan dari studi ini diinginkan mampu memberikan kontribusi sebagai masukan atau referensi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terkhusus yang berhubungan dengan aspek *service*

quality, customer satisfaction dan *customer loyalty*

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, studi ini jadi ilmu pengetahuan tambahan dalam memahami bidang *customer satisfaction, service quality* dan *customer loyalty*.
- b. Bagi pelaku bisnis, studi ini diinginkan mampu jadi tolok ukur dalam merumuskan strategi pemasaran terkait loyalitas pelanggan. Melewati analisis *customer satisfaction* dan *service quality*, perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan ketat dalam industri *food and beverage*