

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan suatu usaha. Kepuasan dan loyalitas dipengaruhi oleh berbagai macam faktor diantaranya adalah kualitas produk dan kualitas layanan. Berhadapan dengan pandemi covid-19 menjadi suatu tantangan baru bagi industri usaha untuk tetap memberikan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Prosedur keamanan terhadap covid-19 juga menjadi jawaban bagi pelaku usaha untuk tetap melangsungkan kegiatan usahanya.

Kegiatan perekonomian dunia berubah sangat pesat semenjak terjadinya pandemi korona (covid-19) yang bermula pada akhir desember 2019. Corona virus sendiri adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan, virus ini bukan hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan seperti flu namun juga dapat menyebabkan infeksi pernapasan berat seperti infeksi paru-paru (pneumonia). Penyebaran virus ini berlangsung sangat cepat sekali. Dimana menurut situs Alodokter.com, seseorang dapat tertular covid-19 dengan cara diantaranya; tidak sengaja menghirup percikan ludah (droplet) yang keluar saat penderita covid-19 batuk atau bersin, memegang mulut atau hidung tanpa mencuci tangan terlebih dahulu setelah menyentuh benda yang terkena cipratan ludah penderita covid-19, dan kontak jarak dekat dengan penderita covid-19.

Penyebaran virus sangat cepat yang ditularkan dari manusia ke manusia melalui cairan droplet yang berasal dari air liur ataupun bersin yang menyebabkan setiap orang harus menerapkan physical distancing minimal 100 meter. Murahnya penularan virus ini menjadikan berbagai kegiatan yang menimbulkan keramaian dibatasi atau diberhentikan, seperti kegiatan ibadah, sekolah atau perkuliahan, kegiatan perkantoran, dan kegiatan perdagangan. Penyebaran covid-19 yang sangat pesat dapat dilihat dari data yang di peroleh dari WHO per tanggal 14 Mei 2020 terjadi 4.258.666 kasus yang di konfirmasi positif yang terjadi di 216 negara. Sedangkan untuk Negara Indonesia mengkonfirmasi adanya 16.496 kasus positif, dan khususnya Daerah Sumatera Barat hingga pada tanggal 15 Mei 2020 kasus positif korona dikonfirmasi sebanyak 371 kasus oleh Dinas Kesehatan.

Dikarenakan virus tersebut sangat mudah menular melalui kontak dengan orang yang telah tenkonfirmasi positif, maka banyak negara yang mensiasati dengan memberlakukan lockdown, untuk Indonesia sendiri dilakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di Sumatera Barat diberlakukan semenjak tanggal 5 April 2020. Berbagai kegiatan dibatasi oleh pemerintah, ruang gerak masyarakat dibatasi. Adapun kegiatan perdagangan juga terkena dampak dari PSBB sendiri. Banyak usaha-usaha offline yang tutup, baik dikarenakan ketidakmampuan bertahan selama masa epidemi ataupun mulai beralih kepada usaha online.

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Tahun	Pengguna Internet (dalam juta)
2013	72,8
2014	83,7
2015	93,4
2016	102,8
2017	112,6
2018	123

Sumber: <https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan-media>

Perpindahan usaha offline seharusnya tidak menjadi rintangan yang berat bagi pelaku usaha dikarenakan mereka tetap dapat menjangkau konsumennya bahkan memperluas pangsa pasar yang telah ada sebelumnya. Hal ini dikarenakan penduduk di Indonesia telah menggunakan *smartphone* dan Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan penggunaan internet yang cukup banyak.

Salah satu usaha yang terkena dampak dari covid-19 di Sumatera Barat adalah Rimbun Espresso & Brew Bar yang terletak di Jln Kis Mangunsarkoro. *Coffee shop* ini juga turut berpartisipasi dalam upaya pencegahan covid-19 dengan menutup cafenya. Setelah adanya kelonggaran yang diberikan oleh pemerintah Rimbun Espresso & Brew Bar kembali buka dengan mengikuti protokol covid-19. Perubahan ini diberlakukan sebagai tindakan preventif untuk penyebaran covid-19 dan sebagai upaya untuk melakukan *physical distancing*.

Melakukan penjualan dari offline ke online mungkin tidak begitu berat dibandingkan untuk tetap memberikan kualitas produk dan kualitas layanan yang

prima terkait pandemi covid-19. Kualitas produk yang diberikan tentu harus menjamin keamanan dan kesehatan konsumen tanpa mengurangi cita rasa produk yang disuguhkan. Pandemi covid-19 mengharuskan pelaku usaha memberikan produk yang aman bagi konsumennya. Yang mana menurut Kotler (2009), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sehingga produk yang disuguhkan oleh Rimbun Espresso & Brew Bar tetap mempertahankan kualitas optimalnya.

Kualitas layanan yang harus ditingkatkan dan penerapan *safety covid-19* yang harus dilakukan terkait dengan pandemi covid-19 ini demi kesehatan penjual dan pembeli. Rimbun Espresso & Brew Bar sudah mulai menerapkan SOP *safety covid-19* demi mengikuti himbauan pemerintah dan salah satu upaya untuk pencegahan penyebaran virus covid-19. Pentingnya langkah-langkah keamanan ini diterapkan demi kepuasan dan loyalitas konsumen selama pandemi covid-19 berlangsung. SOP ataupun langkah-langkah keamanan tersebut telah dibahas oleh berbagai ahli. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Surendra dan Lakshmi (2020) yang berjudul “A Study On Safety Measures of Customer & Employees At Retail Malls During Covid-19”. Penelitian ini berfokus pada langkah-langkah keamanan yang diadopsi oleh pengecer dalam menjaga kesehatan masyarakat yang mana langkah tersebut telah dilakukan oleh toko retail.

Keamanan atau *safety covid-19 practice* yang telah dilakukan oleh Rimbun Espresso & Brew Bar adalah dengan karyawan wajib menggunakan masker dan / atau *face shield* serta sarung tangan, melakukan pengecekan suhu

dan mencatat data pelanggan masuk, menjaga kebersihan diri dengan selalu cuci tangan dengan sabun atau *hand sanitizer*, penyajian minuman dan makanan menggunakan kemasan satu kali pakai, dilakukan pengurangan daya tampung sebesar 50%, melakukan penyemprotan disinfektan pada meja dan kursi di setiap pergantian tamu. Layanan dan praktek keamanan seperti ini akan menjadi keharusan bagi Rimbun Espresso & Brew Bar untuk menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan. Kualitas layanan sendiri merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan yang dirasakan konsumen atas suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1988). Jadi ketika Rimbun Espresso & Brew Bar memberikan kualitas layanan yang baik tentu akan memberikan kepuasan tersendiri terhadap konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2007) kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan ekspektasi yang diharapkan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen akan puas dan jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas. Dari definisi ini, dapat dikatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang seseorang terhadap produk yang ditawarkan dikarenakan sesuai dengan ekspektasi. Jadi ketika produk ataupun layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi, maka ini akan memuaskan konsumen. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Arsyanti dan Astuti (2016) menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memberikan pengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan pelanggan.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Dimana loyalitas pelanggan dapat dilihat dari perilaku pelanggan seperti

melakukan pembelian kembali terhadap produk ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Seperti temuan oleh (Pradhana, 2015) menemukan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari penjabaran tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan *Safety Covid-19 Practice* Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Rimbun Espresso & Brew Bar Padang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran diatas maka peneliti menuliskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar?
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar?
5. Bagaimanakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar?
6. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar dimediasi oleh kepuasan?

7. Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar dimediasi oleh kepuasan?
8. Bagaimanakah pengaruh *safety covid-19 practice* terhadap kepuasan pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar dimediasi oleh kepuasan.
7. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar dimediasi oleh kepuasan.
8. Untuk menganalisis pengaruh *safety covid-19 practice* terhadap kepuasan pelanggan Rimbun Espresso & Brew Bar.



1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi banyak pihak, diantaranya:

- a. Bagi akademisi, sebagai salah satu referensi atau menambah wawasan terkait dengan pengaruh produk, kualitas layanan, *safety covid-19 practice*, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.
- b. Bagi praktisi, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi untuk mengambil keputusan atau melakukan perubahan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Sebagai batasan analisis dari penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan *safety covid-19 practice* terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan yang bertujuan untuk mencegah terjadinya perluasan dalam pembahasan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1. Pada bab pendahuluan terdapat pembahasan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB 2. Merupakan bab tinjauan literatur yang terdiri dari pembahasan teori terkait penelitian ini (kualitas produk, kualitas layanan, *safety covid-19*

practice, kepuasan dan loyalitas), berbagai penelitian terdahulu serta kerangka konseptual.

BAB 3. Merupakan bab metode penelitian yang membahas desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, defenisi operasional variabel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB 4. Merupakan bab pembahasan hasil penelitian secara komprehensif. Dengan terlebih dahulu menjabarkan deskripsi responden, menganalisis jawaban responden, membahas hasil olah data, dan pembahasan hipotesis.

BAB 5. Merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan substansial yang didapat dari hasil penelitian ini serta saran yang direkomendasikan untuk praktisi.

