

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bisnis merupakan kegiatan menjual barang ataupun layanan kepada pelanggan untuk memperoleh keuntungan. Dalam sistem ekonomi kapitalis, bisnis biasanya dimiliki oleh individu atau kelompok swasta dan dijalankan dengan tujuan utama memperoleh laba serta meningkatkan kesejahteraan para pemiliknya. Para pemilik dan pengelola bisnis menerima keuntungan sebagai bentuk imbalan atas aktivitas usaha yang dijalankan.<sup>1</sup> Dalam dunia bisnis terdapat istilah bisnis komersial, bisnis ini berfokus pada pasar sebagai dasar operasionalnya yang dilakukan oleh perorangan ataupun badan usaha dan bertujuan untuk mencari sebuah keuntungan dari kegiatan produksi serta penjualan barang. Contoh implementasi bisnis komersial dapat ditemukan pada sektor ritel, layanan makanan, usaha jasa, hingga platform berbasis teknologi seperti perdagangan elektronik. Indikator keberhasilannya antara lain adalah peningkatan pendapatan, laba bersih yang stabil, serta tingginya tingkat kepuasan dan loyalitas dari pelanggan.<sup>2</sup>

Kedai Teh Tarik DMR merupakan salah satu bisnis komersial yang bergerak dalam bidang pelayanan makanan dan minuman. Kedai Teh Tarik

---

<sup>1</sup> Apiaty Kamaludin and *Adminsitasi Bisnis* (Makassar: CV Sah Media, 2017), 5–6.

<sup>2</sup> Mohamad Subroto Alirejo, Opniel Harsana B Pongkapadang and Eduar Baene, *Konsep Dasar Bisnis dan Manajemen* (Padang: CV Hei Publishing Indonesia, 2024), 2.

DMR terletak di Kelurahan Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung. Lokasinya cukup strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Kedai Trh Tarik DMR adalah salah satu *cafe* dari sekian banyak *cafe* yang berada di Kabupaten Tulungagung. Di Kabupaten Tulungagung sendiri terdapat banyak jenis kedai, *caffé*, ataupun warung kopi yang mengharuskan Kedai Teh Tarik DMR bisa bersaing untuk mendapatkan loyalitas dari konsumen-konsumennya. Kebanyakan *cafe* berlomba untuk meningkatkan rasa ataupun ciri khas kopi mereka, berbeda dengan Kedai Teh Tarik DMR yang fokus mereka untuk menyajikan teh tarik, tentunya dengan beberapa menu pendukung seperti makanan berat maupun makanan ringan. Dari segi fasilitas, kedai ini menyediakan wifi, dekorasi kedai yang bagus, tempat parkir yang cukup luas dan masih banyak lagi. Kualitas pelayanan bisa dibilang cukup membuat konsumen nyaman karena pelayan disini cukup ramah dan tentunya dengan menu yang beragam sehingga konsumen tidak merasa bosan ketika melakukan pembelian ulang di kedai ini. Hal tersebut menjadi keunikan tersendiri bagi Kedai Teh Tarik DMR untuk mengikat lebih banyak konsumen.

Loyalitas konsumen merupakan kunci dari kesuksesan Kedai Teh Tarik DMR. Terbukti lebih dari 50% konsumennya merupakan siswa sekolah dan mahasiswa yang berkunjung lebih dari satu kali. Harga yang murah, menu yang beragam, serta mengadakan live music empat kali dalam seminggu membuat kaula muda terutama gen Z sangat suka dengan kedai ini. Dari sekian banyak *café* di Tulungagung seperti Rumalaman, Foreshtree, Maruma Cafe, Ruang temu, Warkop Brewok, Fortino Cafe belum ada yang menjual Teh Tarik,

Sehingga membuat Kedai Teh Tarik DMR menjadi pelopor Teh Tarik di Tulungagung. Akan tetapi beberapa kekurangan seperti tempat parkir yang kurang luas dan panas dapat menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen Kedai Teh Tarik DMR.

Fakta tersebut menunjukkan bahwa loyalitas konsumen pada Kedai Teh Tarik DMR cukup tinggi. Menurut Tjiptono yang dikutip oleh Harahap, loyalitas konsumen merupakan bentuk komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, yang didasari oleh pengalaman positif secara konsisten dalam jangka panjang. Dengan kata lain, loyalitas merek terbentuk melalui perpaduan antara kepuasan pelanggan dan penanganan keluhan yang efektif. Kepuasan tersebut timbul sejauh mana perusahaan mampu memenuhi harapan konsumen, yang ditunjukkan melalui kinerja yang optimal serta upaya untuk menekan keluhan, sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang dalam jangka panjang.

Loyalitas konsumen merupakan salah satu elemen penting yang berkontribusi terhadap peningkatan pangsa pasar serta memperkuat posisi perusahaan dalam industri. Keberhasilan perusahaan dalam membangun dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal memberikan keuntungan strategis, mengingat konsumen yang setia cenderung tidak beralih kepada produk atau layanan dari pesaing.<sup>3</sup> Kondisi ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan dan profitabilitasnya, yang pada akhirnya

---

<sup>3</sup> Sri Rahayu and Mugi Harsono, "Loyalitas Konsumen : Konseptualisasi, Antecedent Dan Konsekuensi," *Jesya* 6, no. 2 (2023): 20.

memperkuat daya saing, pangsa pasar, dan posisinya di tengah persaingan industri. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai konsep dan signifikansi loyalitas pelanggan menjadi hal yang krusial bagi setiap perusahaan, baik dalam upaya mempertahankan eksistensi di pasar maupun dalam menghadapi kompetitor.

Menurut teori Kotler dan Keller terdapat lima faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen diantaranya adalah kepuasan konsumen, nilai pelanggan, kualitas produk, layanan, citra merek, dan hubungan pelanggan.<sup>4</sup> Selain dari faktor tersebut, terdapat faktor lain yang diduga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diantaranya adalah keragaman menu, *physical evidence*, dan kualitas pelayanan.

Keragaman menu merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen bagi setiap usaha kuliner, baik itu restoran, kafe, maupun kedai. Pemilik usaha dapat menciptakan variasi menu dengan cara mengembangkan makanan atau minuman yang sudah ada, serta mengamati menu dari tempat makan sejenis sebagai inspirasi untuk merancang menu baru yang lebih variatif. Usaha kuliner yang tidak melakukan inovasi atau gagal memperbarui variasi menu nya berisiko mengalami penurunan penjualan, terutama akibat persaingan dengan pelaku usaha yang lebih inovatif, perubahan selera konsumen, maupun kemunculan teknologi baru dalam penyajian makanan.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Kevin Lane Keller and Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, 2007).

<sup>5</sup> Mursida Kusuma Wardani and Anna Wulandari, "Citarasa dan Keragaman Menu dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Nasi Uduk Betawi Mpok Tiyah," *Managemen dan Kewirausahaan* 14 (2017): 24.

Lingkungan fisik (*physical evidence*) juga menjadi faktor penting yang memengaruhi loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Dalam teori manajemen pemasaran, konsumen cenderung mengaitkan fasilitas fisik yang disediakan oleh perusahaan dengan kualitas layanan yang mereka terima pada waktu dan tempat tertentu, serta melakukan perbandingan untuk menilai kesesuaian antara keduanya.<sup>6</sup> Oleh karena itu, penting bagi kegiatan pemasaran produk untuk mempertimbangkan kondisi atau situasi yang mencakup suasana perusahaan sebagai lokasi penyediaan barang dan jasa. Unsur lingkungan fisik menjadi aspek yang paling terlihat dan memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap situasi saat mereka melakukan pembelian produk.

Selain aspek keragaman menu dan lingkungan fisik (*physical evidence*), kualitas pelayanan juga merupakan faktor teknis yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan serta tingkat kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas, yang pada akhirnya memengaruhi volume penjualan dan potensi keuntungan perusahaan, dua hal yang menjadi fondasi utama dalam pengembangan bisnis di masa depan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu memahami strategi yang tepat dalam meningkatkan kepuasan konsumen secara efektif dan efisien, dengan memaksimalkan keunggulan sumber daya yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada agar mampu bersaing secara kompetitif dengan

---

<sup>6</sup> Agus Wahyudi Salsa Gama, *Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan Dan Aplikasi* (Bali: CV Noah Aletheia, 2020), 13.

perusahaan lain.<sup>7</sup> Cukup penting bagi rumah makan yang dituntut mampu untuk membuat produk dengan kualitas terbaik, harga terjangkau dan memberikan kepuasan bagi pelanggan untuk menciptakan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen dapat diidentifikasi berdasarkan kesesuaian antara harapan konsumen dengan produk yang diberikan.

Pada penelitian sebelumnya, sebagian besar terfokus pada pengaruh kualitas pelayanan dan *physical evidence* terhadap loyalitas konsumen, akan tetapi masih sedikit yang menggunakan keragaman menu dan kualitas pelayanan dalam satu kajian. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *physical evidence* berpengaruh secara positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, seperti studi tentang loyalitas konsumen di Grind Cafe yang menunjukkan konsep dari desain *cafe* yang menarik dan industrial sehingga konsumen tertarik untuk mengunjungi Grind Cafe untuk mengabadikan momen.<sup>8</sup> Adapun studi tentang loyalitas konsumen pada kopi kenangan di Pasar Batu Tangerang yang menunjukkan bahwa *physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.<sup>9</sup> Selain itu, terdapat juga studi tentang loyalitas konsumen pada chanel distro di Tangerang yang menunjukkan bahwa *physical*

---

<sup>7</sup> Hendrian Yonata dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Satria Antarana Prima,” *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis* 11, no. 2 (2020): 2502–14, <https://doi.org/10.47927/jikb.v11i2.14>.

<sup>8</sup> Wardana, Ilham Sucipto Ranga, and Sunaryo, “Pengaruh Product, Price, Place, Promotion, People & Physical Evidence Terhadap Loyalitas Pelanggan Grind Coffee,” *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* 1, no. 4 (2022): 532–42, <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.12>.

<sup>9</sup> Kusdianto and Firanti, “the Influence of Physical Evidence and Taste on Customer Loyalty in Memoration Coffee in Pasar Baru Tangerang,” *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis* 5, no. 2 (2023): 190, <https://doi.org/10.31000/combis.v5i2.9587>.

*evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.<sup>10</sup> Namun, dalam beberapa penelitian tersebut tidak mempertimbangkan keragaman menu dan kualitas pelayanan secara bersamaan, sehingga dalam penelitian ini mengeksplorasi variabel baru yang relevan serta melibatkan obyek yang berbeda, sehingga memberikan wawasan yang bisa dijadikan referensi tentang topik yang diteliti

Berdasarkan penjelasan yang terdapat dalam latar belakang, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh keragaman menu, *physical evidence*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Teh Tarik DMR Kauman. Melalui fenomena ini, penting untuk memahami bagaimana ketiga faktor tersebut (keragaman menu, *physical evidence*, dan kualitas pelayanan) secara kolektif dan simultan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Kedai Teh Tarik DMR. Penelitian ini akan berfokus pada pengaruh dari masing-masing faktor tersebut terhadap loyalitas konsumen, dengan tujuan untuk memberikan referensi bagi pelaku bisnis dalam membangun bisnis yang lebih baik.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Terdapat dugaan bahwa keragaman menu, *physical evidence*, dan kualitas pelayanan, secara bersama-sama (simultan) maupun secara terpisah

---

<sup>10</sup> Raudatul Adawiyah, Halimatus Sadiyah, and Yonathan Palinggi, "Pengaruh Physical Evidence dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan pada Chanel Distro di Tangerang" 18, no. 1 (2018): 7–13.

(parsial) memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR

2. Keragaman menu yang ditawarkan oleh Kedai Teh Tarik DMR diduga belum sepenuhnya mampu memenuhi preferensi dan selera konsumen yang beragam, sehingga dapat menghambat terbentuknya loyalitas konsumen secara berkelanjutan.
3. *Physical evidence*, seperti tampilan visual kedai, kebersihan, kenyamanan fasilitas, dan suasana lingkungan, diperkirakan belum secara optimal menciptakan pengalaman positif yang mampu meningkatkan loyalitas konsumen.
4. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Kedai Teh Tarik DMR, termasuk keramahan, kecepatan pelayanan, serta kemampuan dalam menangani keluhan, diduga memiliki pengaruh penting terhadap loyalitas konsumen, namun belum sepenuhnya konsisten dirasakan oleh seluruh konsumen.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah keragaman menu, *physical evidence*, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR?
2. Apakah keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR?
3. Apakah *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR?



4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman menu, *physical evidence*, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR.
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman menu terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR.
3. Untuk mengetahui pengaruh *physical evidence* terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan yang didapatkan dari penelitian ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam pengembangan teori perilaku konsumen khususnya tentang keragaman menu, *physical evidence*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Kedai Teh Tarik DMR.

2. Secara Praktis

Manfaat secara praktis dapat diterapkan secara langsung antara lain yaitu:

a) Bagi Owner Kedai Teh Tarik DMR

Dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa masukan kepada owner Kedai Teh Tarik DMR untuk dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan dan terus meningkatkan strategi bisnis agar terus meningkatkan keuntungannya.

b) Bagi Konsumen

Dari penelitian ini semoga bisa menjadi acuan bagi konsumen untuk dapat memberikan kritik, saran, ataupun pujian terhadap tempat makan langganan agar tetap menjaga atau bahkan menaikkan kualitas produknya.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini semoga menjadikan sebuah referensi serta acuan sebagai bentuk karya yang di kemudian hari dapat berguna bagi akademisi khususnya mahasiswa manajemen bisnis syariah.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Ruang lingkup dan batasan masalah bertujuan supaya peneliti dan para pembaca mengetahui cangkupan dan memfokuskan pada permasalahan dari suatu penelitian.

### **1. Ruang Lingkup**

Pada penelitian ini ruang lingkup yang akan dibahas meliputi objek, variabel bebas, dan variabel terkait. Objek penelitian ini adalah Kedai Teh Tarik DMR di Kauman tahun 2025. Variabel bebas meliputi keragaman

menu, *physical evidence*, dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah loyalitas konsumen.

## 2. Batasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini berfokus pada pengukuran seberapa besar pengaruh antara variabel keragaman menu, *physical evidence*, dan pelayanan cepat terhadap variabel loyalitas konsumen pada Kedai Teh Tarik DMR di Kauman.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Loyalitas Konsumen

Menurut Tjiptono, loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Rahayu and Harsono, "Loyalitas Konsumen : Konseptualisasi....", 1582

b. Keragaman Menu

Menurut Philip Kotler, produk lengkap (keberagaman menu) adalah semua jenis produk yang diproduksi oleh produsen dan ditawarkan kepada konsumen untuk dimiliki atau digunakan. Setiap konsumen memiliki selera makan yang tidak selalu sama. Jika tempat makan menyediakan menu yang beranekaragam, akan lebih memudahkan sebuah tempat makan untuk menarik konsumen agar bersantap di tempat makan tersebut. Karena, semakin banyaknya pilihan yang disediakan oleh tempat makan tersebut, maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu sesuai keinginannya.<sup>12</sup>

c. *Physical Evidence*

Menurut Belk, *Physical evidence* adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana rumah makan. Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, pelatakan dan layout yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai obyek stimuli.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Mohammad Alfhinne Noerhamzah et al., "Pengaruh Lokasi, Harga, Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Konsumen Cokelat Klasik di Candi Badut Kota Malang)," *Jurnal Riset Manajemen*, t.t., 26.

<sup>13</sup> Sumanto Radix A and Hendri Sukotjo, "Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian

### c. Kualitas Pelayanan

Menurut Gronroos dalam kutipan Hayatul Milah, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu tindakan atau rangkaian tindakan yang bersifat tidak terlihat secara fisik, yang muncul dari adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau elemen lain yang disediakan oleh perusahaan. Tujuan dari pelayanan ini adalah untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh konsumen.<sup>14</sup>

## 2. Definisi Operasional

### a. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah kondisi terpenuhinya keinginan konsumen dimana pelanggan atau konsumen secara teratur tetap melakukan pembelian pada suatu produk.

### b. Keragaman Menu

Keragaman menu adalah sejumlah kategori barang (produk) yang berada di dalam toko, kedai, atau departemen store. Kedai dengan banyaknya jenis barang dagangan (produk) dapat dikatakan mempunyai keluasan yang bagus.

---

Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya,” *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 1, no. 2 (t.t.): 220.

<sup>14</sup> Hamdiah Suryana, Hayatul Millah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Desa Karangbong Kecamatan Pajarakan),” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2020): 136.

c. *Physical Evidence*

*Physical Evidence* adalah aspek lain di mana pemilik usaha dapat membangun keunggulan kompetitifnya. *Physical Evidence* terdiri dari semua elemen berwujud dan tidak berwujud yang ada di dalam dan di luar kedai.

d. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara penyedia jasa dengan konsumen yang dikerjakan dengan baik.

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang dari permasalahan yang akan diteliti, kemudian rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab kedua ini menjelaskan berbagai teori-teori dari ahli yang berkaitan dengan penelitian. Bab ini berisikan landasan teori, kajian penelitian terdahulu yang relevan, kerangka konseptual, hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari jenis pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala

pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian kemudian teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini memaparkan tentang deskripsi dari hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti yang kemudian dijelaskan juga bagaimana pengujian hipotesisnya, serta temuan apa saja yang didapatkan dalam penelitian tersebut.

#### **BAB V PEMBAHASAN**

Bab pembahasan ini memaparkan mengenai hasil temuan yang dilakukan peneliti, disertai dengan menganalisis data melalui teori yang dipilih dan didukung dengan penelitian- penelitian terdahulu.

#### **BAB VI PENUTUP**

Bab ini adalah bab terakhir dalam penelitian. Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, yang kemudian ditambahkan kritik serta saran membangun bagi peneliti terkait hasil dari penelitiannya.