

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan sektor usaha pada industri makanan dan minuman di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berkembang, seiring bertambahnya daya beli masyarakat dan tingginya jumlah permintaan. Badan pusat statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2019 sektor industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan mencapai 7,99 persen. Kementerian Perindustrian mencatat dari tahun 2015 hingga 2019, rata-rata kinerja industri makanan dan minuman mengalami peningkatan sebesar 8,16. Pertumbuhan sektor nonmigas mengalami kontraksi sebesar 2,52% sepanjang triwulan IV-2020 di tengah dampak pandemi Covid-19. Namun demikian, industri makanan dan minuman masih mampu mencapai pertumbuhan positif sebesar 1,58% pada tahun 2020. (Kemenperin.go.id)

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa perkembangan industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang tinggi. Banyak kedai dengan berbagai macam konsep dan ide yang ditawarkan untuk menarik pelanggan dari berbagai kalangan baik dari faktor usia, pendidikan, penghasilan maupun gender.

Dalam meningkatkan persaingan kompetitif, sebuah kedai harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan suasana atau menu baru, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan

yang semakin berkembang. Kemampuan sebuah kedai untuk menarik perhatian pelanggan dengan menerapkan strategi pemasaran yang salah satunya adalah strategi *experiential marketing*. Menurut Schmitt (2010) *Experiential marketing* ialah cara kreatif dalam menyampaikan pesan produk dan jasa dengan melibatkan konsumen secara fisik dan emosional sehingga konsumen termotivasi untuk berpikir, bertindak, membangun

hubungan, sehingga tercipta kepuasan sebagai konsumen dan kemudian tergerak untuk melakukan pembelian ulang.

Kedai yang ada pada saat ini mereka berusaha untuk mengenalkan atau menawarkan suasana dan menu baru agar dapat diterima dengan baik oleh para pelanggan. Kondisi tersebut akan menimbulkan banyak persaingan antar kedai semakin ketat untuk menarik pelanggan agar datang mengunjungi serta menikmati apa yang telah disediakan.

Dengan melakukan strategi *experiential marketing* industri kedai es krim dapat memberikan pengalaman kepada para pelanggan dengan menghadirkan suasana baru yang membuat pelanggan menjadi merasa puas terhadap kedai yang di kunjungi. Setelah pelanggan mendapat kepuasan maka akan timbul rasa loyal dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang pada kedai tersebut.

Tempo Gelato Prawirotaman atau dikenal kedai es krim ala Italia hadir dengan mengusung konsep ala Eropa dan Jawa untuk desain interiornya. Kedai yang sudah berdiri sejak 2015 menampilkan ciri khas yang unik sehingga mampu menarik pengunjung. Tempo gelato Prawirotaman memiliki *interior* ruangan yang menarik, seperti dinding yang bergaya *aesthetic*, terdapat beberapa hiasan dinding berupa foto-foto para pengunjung yang telah menjadi konsumen tempo gelato. Pada sisi luar kedai terbuat dari kaca sehingga memberikan efek terang ke ruangan di dalamnya.

Keinginan pelanggan terhadap produk makanan yang baik, maka industri makan diharuskan mengutamakan kualitas makanan yang terbaik, karena kualitas makanan sebagai salah satu tolak ukur dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen Komala. dkk (2019)

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa loyalitasn pelanggan ialah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau melindungi produk dan jasa yang disukai di masa depan meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.

Penelitian ini merupakan replikasi ekstensi dari penelitian yang dilakukan oleh Yanti Febrini dkk. (2019), Komala dkk. (2019) dan Andreas (2016). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel, objek, dan alat analisisnya, dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Yanti Febrini dkk (2019) dengan variabel *experiential marketing*, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang dengan objek penelitian pada warung kopi klotok, Kaliurang, Yogyakarta. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS versi 22. Persamaan pada penelitian Yanti Febrini dkk. (2019) dengan penulis terdapat pada variabel *experiential marketing*, kepuasan pelanggan dan alat analisis. Penelitian yang dilakukan Komala dkk. (2019) dengan variabel kualitas makanan, *Perceived Value* dan kepuasan pelanggan dengan objek penelitian Rumah Makan Sunda Rasa, Kota Sukabumi. Alat analisis yang digunakan yaitu koefisien korelasi ganda, analisis regresi linear berganda, termasuk uji koefisien determinasi, koefisien korelasi ganda, dan pengujian hipotesis

menggunakan uji secara simultan (uji F). Persamaan pada penelitian Komala dkk. (2019) dengan penulis terdapat pada variabel kualitas makanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Andreas (2016) dengan variabel kualitas produk, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan objek penelitian pada rumah makan Bu Rusli Sidoarjo dan alat analisis yang digunakan adalah SPSS versi 22. Persamaan penelitian ini dengan penulis terdapat pada variabel yang digunakan sedangkan perbedaan terdapat pada alat analisis dan objek penelitian.

Berdasarkan uraian diatas maka, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Makanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* dengan objek pada Tempo Gelato Prawirotaman, Yogyakarta dan menggunakan alat analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman?
2. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman?
3. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman?

4. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman?
6. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*?
7. Apakah Kualitas Makanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan melalui variabel *intervening*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman.

5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kedai Tempo Gelato Prawirotaman.
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kualitas Makanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan melalui variabel *intervening*.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, maka dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan sumber bacaan bagi kalangan akademisi.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan, dapat menjadi referensi untuk perkembangan teori ilmu manajemen, khususnya pada bidang teori *experiential marketing*, kualitas makanan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan.
 - c. Penelitian ini diharapkan mampu membantu pihak lain untuk menjadi rujukan dalam mengadakan penelitian yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Bagi Tempo Gelato Prawirotaman, Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan dan

mempertahankan kinerja serta dapat dijadikan sebagai bahan dasar pengambilan keputusan

