

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pada zaman modern internet sudah menjadi kebutuhan dari berbagai lapisan masyarakat, semua mengakses internet untuk kebutuhan informasi, entertainment dan juga hiburan. Banyak bisnis yang berkembang dengan adanya internet, salah satunya yaitu warnet atau internet cafe. Internet cafe merupakan suatu bentuk usaha yang dikelola oleh individu atau kelompok yang memberikan pelayanan dalam bentuk jasa internet.

Internet Cafe mulai berkembang di Indonesia pada tahun 1996 dan menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Kehadirannya saat itu memudahkan banyak orang yang tidak memiliki perangkat komputer untuk mengakses internet. Namun saat ini, internet dapat diakses dengan sangat mudah melalui handphone dan notebook canggih serta banyak tersedia layanan *Wifi* yang dapat diakses kapan saja. Hal ini tentunya menjadi tuntutan para pengusaha bisnis Internet Cafe untuk meningkatkan kualitas usahanya agar mereka mampu bertahan lama.

Fenomena Game sebagai olahraga digital atau yang lebih dikenal dengan sebutan *E-Sport (electronic sports)* sudah cukup dikenal oleh kalangan masyarakat. *E-sport* adalah permainan video game yang bersifat kompetitif, industri ini berkembang sangatlah cepat dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia. Menurut data dari [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com) jumlah pemain game di Indonesia tahun 2019 mencapai 43,7 juta dan saat ini pasar *E-sport* Indonesia mencapai US\$ 880 juta

serta menjadi yang terbesar di kawasan Asia Tenggara. Hal tersebut tentunya menjadi peluang bagi para pelaku bisnis internet cafe.

Dikutip dari [www.detik.com](http://www.detik.com) perkembangan E-sport yang cukup pesat di Indonesia membuat sebagian gamer berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Namun, untuk bisa menjadi gamer professional dibutuhkan sarana dan prasarana yang menunjang. Salah satu sarana yang menunjang untuk berlatih adalah Internet Café.

Industri internet cafe memang bukan hal baru, bahkan sempat berhembus kabar bahwa bisnis internet café mulai lesu. Namun, pada kenyataannya masih ada internet café yang tetap bertahan. Hal tersebut disebabkan internet café tersebut memiliki fasilitas yang mumpuni.

Mengelola bisnis internet café tidak semudah membangun internet cafe itu sendiri, menurut Nadya Sulastri selaku *Country Manager* dari Mineski Infinity Indonesia melalui [www.hybrid.co.id](http://www.hybrid.co.id) menerangkan untuk mengelola bisnis internet cafe, apalagi menjadi *success story*, hanya dapat dilakukan oleh mereka yang benar *expertise* di ekosistemnya; mulai dari teknologi, komunitas, *loyalty program*, *marketing*, serta yang tidak boleh ketinggalan terjun langsung ke dalam *E-sports*.

Supernova Cybercafe Yogyakarta berdiri pada tahun 2017 dan berlokasi di Kabupaten Sleman. Supernova merupakan salah satu internet Cafe yang tergabung dalam *Franchise*. Di Indonesia terdapat dua internet café yang melakukan program *Franchise*, yaitu TNC Indonesia dan Minesky Infinity Indonesia. Supernova sendiri merupakan bagian dari TNC Indonesia yang selalu berusaha untuk memenuhi keinginan para konsumen dengan menyediakan tempat bermain yang tentunya

dengan fasilitas lengkap dan teknologi terkini untuk tercapainya kepuasan dan membuat pelanggan menjadi loyal. Menurut Kotler dan Keller (2016) Jika kinerja atau pengalaman tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika itu sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang.

Beberapa pelanggan akan memilih jasa dengan citra yang baik melalui pengalaman menggunakan jasa tersebut maupun berdasarkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Menurut Kotler dan Keller (2016) Citra merek menjelaskan sifat ekstrinsik produk atau layanan, termasuk cara di mana upaya merek untuk memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan.

Kebutuhan para pemain game untuk bermain dengan nyaman menuntut para pelaku usaha untuk meningkatkan layanan mereka agar memenuhi harapan pelanggannya. Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi positif yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2016).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Gedalia tahun 2015. Persamaan penelitian ini dengan Gedalia adalah variabel-variabel yang diteliti, serta metode analisis nya. Perbedaannya terdapat pada penambahan pengujian tidak

langsung sedangkan Gedalia hanya melakukan pengujian pengaruh langsung. Berdasarkan uraian tersebut maka perlu dilakukan suatu kajian dalam bentuk penelitian mengenai “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* di Supernova Cybercafe Yogyakarta”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut didapat beberapa rumusan masalah antara lain:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan?
4. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan?
5. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan?
6. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan?
7. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara Citra Merek terhadap Kepuasan pelanggan.

2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara Kualitas layanan terhadap Kepuasan pelanggan.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara Citra Merek terhadap Loyalitas pelanggan.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas pelanggan.
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan pelanggan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritik**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu dibidang Manajemen Pemasaran serta dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi pihak perusahaan (Supernova Cybercafe Yogyakarta) mengenai faktor-faktor yang diidentifikasi mempengaruhi kepuasan pelanggan serta dampaknya

terhadap loyalitas pelanggan sehingga pihak perusahaan dapat mengambil keputusan dan menerapkan kebijakan yang tepat untuk membuat pelanggan menjadi loyal.

