

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan pada industri makanan dan minuman (*food and beverage*) di Indonesia, khususnya sektor minuman sehat berbasis jus buah, mengalami peningkatan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin memperhatikan kesehatan mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk minuman yang praktis namun tetap menyehatkan. Kondisi ini membuka peluang usaha yang besar, tetapi di sisi lain juga menimbulkan tingkat persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha sejenis, khususnya di kota-kota besar seperti Yogyakarta yang memiliki populasi mahasiswa dan pekerja muda yang tinggi. (Wahyuni & Kamela, 2024).

Jus Kode Jogja merupakan salah satu pelaku usaha di bidang minuman jus buah yang beroperasi di Kota Yogyakarta. Sebagai usaha yang bergerak pada sektor jasa dan produk konsumsi, keberlangsungan bisnis Jus Kode Jogja sangat bergantung pada kemampuannya dalam mempertahankan pelanggan lama serta menarik pelanggan baru. Salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan tersebut adalah kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, karena kualitas layanan yang baik terbukti mampu membentuk loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Loyalitas pelanggan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan, sebab pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang secara

konsisten, tidak mudah beralih ke pesaing, serta bersedia merekomendasikan produk kepada orang lain. Dalam konteks usaha kuliner dan minuman yang memiliki tingkat persaingan tinggi, loyalitas pelanggan tidak dapat terbentuk secara instan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima.

Kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi utama sebagaimana dikembangkan dalam konsep SERVQUAL, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kelima dimensi tersebut mencerminkan aspek-aspek yang dirasakan langsung oleh pelanggan pada saat berinteraksi dengan penyedia layanan, mulai dari kondisi fasilitas fisik, konsistensi pelayanan, kecepatan respon, kompetensi serta keramahan karyawan, hingga perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan.

Berdasarkan pengamatan awal, Jus Kode Jogja telah dikenal luas dan memiliki basis pelanggan yang cukup mapan, namun tingkat persaingan usaha sejenis di Yogyakarta yang terus meningkat menuntut perusahaan untuk senantiasa mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan agar loyalitas pelanggan tetap terjaga. Beberapa keluhan terkait konsistensi rasa, ketepatan waktu penyajian, maupun kesigapan karyawan dalam menangani keluhan menjadi indikasi awal bahwa aspek kualitas layanan masih perlu dikaji lebih lanjut untuk memahami dimensi mana yang paling berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Beberapa penelitian

menemukan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sementara penelitian lain menemukan bahwa tidak semua dimensi memberikan pengaruh yang signifikan, tergantung pada konteks industri dan karakteristik pelanggan yang diteliti. Perbedaan hasil inilah yang mendasari perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut pada objek dan konteks yang berbeda, yaitu pada usaha Jus Kode Jogja.

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan pada objek Jus Kode Jogja karena beberapa alasan berikut. Pertama, pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia berkembang cukup pesat, khususnya pada sektor kuliner, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung mengutamakan konsumsi makanan dan minuman praktis; kondisi ini mendorong munculnya berbagai usaha kuliner dengan produk yang relatif serupa sehingga tingkat persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Jus Kode Jogja, sebagai salah satu pelaku usaha minuman jus buah di Kota Yogyakarta, turut menghadapi tekanan persaingan tersebut, sehingga kualitas layanan menjadi salah satu faktor pembeda yang penting untuk dijaga di tengah semakin banyaknya usaha sejenis. Sejalan dengan hal ini, kualitas layanan dalam konteks UMKM juga dipahami sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan atas interaksi dan pengalaman mereka saat berhubungan langsung dengan pelaku usaha, dan produk serta layanan yang berkualitas dinilai sangat penting untuk mempertahankan serta meningkatkan daya saing usaha di era persaingan yang semakin ketat (Ayuningtyas, et al., 2023).

Meskipun Jus Kode Jogja telah memiliki basis pelanggan yang cukup mapan, belum pernah dilakukan evaluasi secara ilmiah dan terukur mengenai sejauh mana masing-masing dimensi kualitas layanan, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berkontribusi terhadap loyalitas pelanggannya. Selama ini keputusan operasional dan pelayanan lebih banyak didasarkan pada intuisi dan pengamatan langsung pihak manajemen, tanpa didukung data empiris yang dapat menunjukkan dimensi layanan mana yang paling menentukan dan mana yang justru belum berdampak signifikan. Tanpa evaluasi semacam ini, ada risiko bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan dialokasikan pada aspek yang sebenarnya kurang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sementara aspek yang justru krusial terabaikan.

Loyalitas pelanggan bagi usaha berskala menengah seperti Jus Kode Jogja memiliki peran yang sangat strategis, mengingat terdapat keyakinan kuat bahwa loyalitas memiliki hubungan positif dengan profitabilitas perusahaan; ketika sebuah perusahaan mampu mempertahankan hanya 5 persen lebih banyak pelanggannya, keuntungan yang diperoleh dapat meningkat antara 25 hingga 125 persen, sebagai akibat dari menurunnya biaya pemasaran dan operasional serta meningkatnya penjualan dari pelanggan yang loyal (Cessilia & Jauhary, 2025). Pelanggan yang loyal juga cenderung lebih rendah kemungkinannya untuk berpindah ke pesaing, kurang sensitif terhadap perbedaan harga, membeli lebih sering, serta menciptakan promosi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan tanpa biaya tambahan. Dengan demikian, biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah loyal dinilai jauh lebih rendah

dibandingkan dengan biaya yang diperlukan untuk menarik pelanggan baru (Ariswati et al., 2026). Dalam situasi persaingan usaha minuman yang semakin ketat di Yogyakarta, kehilangan pelanggan loyal akibat kualitas layanan yang tidak konsisten dapat berdampak langsung pada keberlangsungan usaha, sehingga pemahaman yang tepat mengenai dimensi layanan yang paling berpengaruh terhadap loyalitas menjadi kebutuhan mendesak bagi manajemen Jus Kode Jogja dalam menyusun prioritas perbaikan layanan.

Berdasarkan ketiga alasan tersebut, penelitian ini menjadi mendesak untuk dilakukan guna memberikan bukti empiris yang dapat digunakan Jus Kode Jogja sebagai dasar pengambilan keputusan dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya secara lebih terarah dan berbasis data.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jus Kode?
2. Apakah keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jus Kode?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jus Kode?
4. Apakah jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jus Kode?

5. Apakah empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jus Kode?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis dan menguji pengaruh dimensi bukti fisik terhadap loyalitas pelanggan pada Jus Kode Jogja.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh dimensi keandalan terhadap loyalitas pelanggan pada Jus Kode Jogja.
3. Menganalisis dan menguji pengaruh dimensi daya tanggap terhadap loyalitas pelanggan pada Jus Kode Jogja.
4. Menganalisis dan menguji pengaruh dimensi jaminan terhadap loyalitas pelanggan pada Jus Kode Jogja.
5. Menganalisis dan menguji pengaruh dimensi empati terhadap loyalitas pelanggan pada Jus Kode Jogja.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kajian kualitas layanan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan dalam industri jasa minuman.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Jus Kode Jogja: Hasil penelitian dapat menjadi masukan strategis bagi manajemen dalam mengevaluasi efektivitas pelatihan karyawan dan sistem operasional untuk meningkatkan kualitas kerja yang pada akhirnya akan memperkuat loyalitas pelanggan.
- b) Bagi Peneliti Lain: Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau data awal untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel atau objek yang berbeda.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan

Menyajikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

2. Bab II: Tinjauan Pustaka

Mengulas teori-teori yang relevan mengenai kualitas layanan, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan loyalitas pelanggan.

3. Bab III: Metodologi Penelitian

Menjelaskan metode penelitian yang digunakan, termasuk desain penelitian populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta analisis data.

4. Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Menyajikan hasil penelitian yang diperoleh, diikuti dengan analisis dan diskusi mengenai temuan yang relevan dengan tujuan penelitian.

5. Bab V: Kesimpulan dan Saran

Menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya serta rekomendasi bagi Jus Kode Jogja dalam meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

