

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia bisnis saat ini sudah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, hal ini berlaku disemua lini bisnis, baik bisnis yang bergerak dibidang jasa maupun manufaktur. Perkembangan perekonomian tidak lepas dengan terjadinya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, hal ini akan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik ditingkat domestik maupun ditingkat internasional. Maka dari itu, untuk menghadapi persaingan yang ketat maka perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya dengan mengadakan program-program tertentu.

Pelanggan merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dikarenakan keuntungan terbesar dalam bisnis ini diperoleh dari loyalitas pelanggan yang membeli produknya. Saat ini, komunikasi sudah tidak dikendalikan oleh pelaku usaha, pelanggan sudah dapat mengetahui dan mempelajari suatu lini usaha dengan pengetahuan mereka sendiri atau dari pengetahuan pelanggan lain dari perusahaan tersebut. Yang harus diperhatikan saat ini bukanlah transaksi yang terjadi, melainkan fokus pelanggan. Mengingat semakin pentingnya peran pelanggan terhadap suatu perusahaan maka perlu untuk menjalin hubungan yang lebih mendalam dan dalam jangka panjang dengan pelanggan.

Mempertahankan pelanggan lama merupakan hal yang lebih penting daripada fokus mencari pelanggan baru, dikarenakan jumlah pelanggan baru yang datang apabila pelayanan belum memuaskan akan membuat pelanggan baru akan pergi ataupun pindah ke toko yang lain, pelanggan baru akan datang dari loyalitas pelanggan lama yang bercerita dari mulut ke mulut. Akan tetapi, kebanyakan teori dan praktek pemasaran lebih berpusat pada cara menarik pelanggan baru daripada mempertahankan dan mengembangbiakkan pelanggan yang sudah ada. Penekanan biasanya pada penjualan dan bukannya pada relasi, pada pra penjualan serta penjualan dan bukan pada perhatian terhadap pelanggan sesudah penjualan menurut Kotler (2005).

Roti merupakan salah satu makanan selain nasi yang paling digemari. Hal ini dikarenakan sebagai bahan makanan olahan, roti memiliki nilai gizi yang tinggi dan lebih lengkap dibanding yang lain. Selain itu, roti juga lebih praktis untuk

dikonsumsi, memiliki banyak variasi, harganya relatif terjangkau, mudah diperoleh dan bisa mengenyangkan. Industri roti yang terus berkembang memiliki prospek yang cerah sehingga persaingannya pun semakin ketat.

Usaha roti saat ini berkembang pesat, khususnya di Yogyakarta. Salah satu dari usaha roti yang masih beroperasi adalah *Ola Bakery*, industri yang berdiri di Tahun 2005 ini sudah mengalami jatuh bangun akibat banyaknya pesaing yang terus bermunculan dan terus berkembang. *Ola Bakery* mengalami masalah karena tidak adanya pencatatan data pelanggan, sehingga *Ola Bakery* kesulitan untuk memberikan timbal balik ke pelanggan. *Ola Bakery* berusaha untuk membuat pelanggan loyal, akan tetapi pada *Ola Bakery* memiliki masalah karena belum adanya interaksi secara langsung dengan pelanggan untuk mengetahui apa yang diinginkan pelanggan.

Untuk mengetahui keinginan pelanggan terhadap toko dapat dilakukan dengan mencari atribut yang mempengaruhi keinginan pelanggan. Dimana loyalitas pelanggan merupakan tolak ukur dalam kesuksesan toko tersebut, karena tanpa adanya loyalitas pelanggan maka toko akan sulit berkembang. Loyalitas pelanggan sendiri dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan yang menyebabkan keinginan berbelanja kembali.

Berdasarkan latar belakang ini, maka penulis memiliki inisiatif untuk mengetahui atribut yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menggunakan metode *7P marketing mix* dengan *tools* diskriminan dalam multivariat, dimana nantinya data yang akan diolah didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang datang di *Ola Bakery*. Dengan begitu, nantinya dapat diketahui aspek yang paling berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan keinginan datang kembali ke *Ola Bakery*. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengamatan pada toko lain yang memiliki dengan rentang harga relatif sama, hal ini bertujuan untuk mendapatkan kelebihan toko lain yang tidak terdapat pada *Ola Bakery*.

1.2 . Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui Pihak *Ola Bakery* belum memahami atribut apa saja yang sebaiknya digunakan dalam meningkatkan kualitas layanan, agar pelanggan mendapat kepuasan dan keinginan datang kembali ke *Ola Bakery*.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini yaitu :

- a. Mengidentifikasi aspek yang memberikan pengaruh kepuasan dan keinginan datang terhadap Ola *Bakery*.
- b. Memberikan usulan perbaikan kualitas layanan, agar pihak Ola *Bakery* dalam meningkatkan level pelayanannya terhadap pelanggan.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah responden yang dipilih merupakan pelanggan yang datang langsung ke Ola *Bakery* , dengan teknik pengambilan data *Accidental Sampling*.

