

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di semua sektor membawa perubahan pada aspek kehidupan. Masyarakat menginginkan perubahan gaya hidup untuk melepas penat dengan cara salah satunya makan, minum, mendengarkan musik, melakukan komunikasi dengan rekan-rekannya. Hal ini membuka peluang untuk memiliki bisnis menyediakan tempat yang sesuai dengan kebutuhan serta gaya hidup konsumen sehingga banyak bermunculan dari penggiat bisnis *food service*, *drink service* baik yang dikelola sendiri oleh pemilik maupun usaha berbentuk waralaba/ *franchise*. Bisnis waralaba/*franchise* memiliki berbagai keunggulan baik dari sisi *brand*, *system support*, *sharing experience*, promosi nasional dan lainnya. Dengan berbagai keunggulan tersebut, maka tingkat resiko kegagalan dalam membangun bisnis dapat dikurangi.

Menantea adalah perusahaan *franchise* memberi peluang untuk semua orang memiliki usaha/bisnis dengan keuntungan yang maksimal. Saat ini Menantea *franchise* sangat berkembang di Indonesia hingga di Kota Medan. Menantea *franchise* menawarkan beragam jenis minuman berbahan teh yang langsung dapat dikonsumsi pelanggan. Ada kelompok menu *Pure Tea Series*, *Milk Tea*, *Fruit Tea Series*, *Signature Series* dan *Irrational Series*, Menu yang paling banyak dipesan adalah *Mantappu Tea* dan *MatemaTeaka* dari kelompok menu *Signature Series*.

Tak hanya menu teh, *Menantea* juga menyediakan cemilan untuk teman minum teh yaitu *Potata Fries* dan *Potato and Chicken Popcorn*. Harga menu-menu minuman yang ditawarkan berkisar diantara 15 ribu hingga 28 ribuan rupiah. Sedangkan harga cemilan berkisar 25 ribu rupiah. Di gerai *Menantea*, konsumen bisa menambahkan *topping* untuk minuman tehmu. *Topping*

yang tersedia antara lain *grass jelly*, *mango pudding*, *popping boba jelly*, *honey boba*, *cheese cloud* dan *menantea jelly*. Animo masyarakat terhadap produk Menantea ini sangat positif terbukti dengan kunjungan masyarakat ke outlet Menantea yang ada di Jalan S. Parman, Brigjen Katamso, Kota Binjai, Tanjung Morawa dan beberapa tempat lainnya sangat tinggi bahkan terkesan mengantri untuk dapat membeli produk minuman teh yang dijual di Menantea ini.

Pelanggan merupakan hal yang paling penting dalam bisnis tetapi para pelanggan tidak dapat disamakan, dimana ukuran yang sebenarnya atau potensial dari usaha yang mereka jalankan dengan kita. Setiap bentuk usaha atau bisnis akan berusaha mempertahankan para pelanggan setianya. Akan tetapi dalam prakteknya, banyak perusahaan yang lebih tertarik untuk menciptakan pelanggan baru daripada mempertahankan para pelanggan setianya.

Berdasarkan survey awal penelitian dengan bagian personalia diperoleh data pelanggan setia atau loyalitas pelanggan dengan loyalitas yang teruji pada Menantea *franchise* Medan periode tahun 2017 hingga 2021 terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Pengunjung dan Pelanggan *Franchise* Menantea Periode Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Pengunjung	Persentase Pelanggan	Selisih Persentase
2017	13.791	96.70%	-
2018	13.055	94.66%	2,06%
2019	15.041	115.21%	20,55%
2020	846	(5624.62%)	(5509,41%)
2021	2.859	0.34%	5624,29%

Sumber: Franchise Menantea Medan (2022)

Berdasarkan data tabel 1.1 terlihat tingkat loyalitas pelanggan mengalami peningkatan dari tahun 2017 ke tahun 2019, meskipun pada tahun 2020 pelanggan yang melakukan pembelian

turun sangat jauh karena masa pandemi covid 19 sehingga loyalitas pelanggan sangat menurun, dimana data pengunjung *franchise* Menantea Medan khususnya di *outlet* Cambride S. Parman Medan pada tahun 2018 sebesar 94,66% mengalami penurunan 2,06% dari tahun 2017, data tahun 2019 sebesar 115,21% mengalami peningkatan 20,54% dari tahun 2018, data tahun 2020 sebesar 5624,63% mengalami penurunan 5509,41% dari tahun 2019 hal ini dikarenakan kondisi perekonomian masa pandemi covid 19, data tahun 2021 sebesar 0,34% mengalami peningkatan 5624,29% dari tahun 2020.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang maka masalah penelitian diidentifikasi berikut:

1. Tingkat kerjasama karyawan masih kurang baik dalam melakukan penerimaan pesanan maupun penataan barang-barang lainnya,
2. Karyawan masih kurang cekatan melayani pelanggan, suasana ruangan yang kurang memadai sehingga pelanggan kurang nyaman,
3. Sistem antrian masih satu jalur sehingga antrian panjang, ketidaknyamanan pelanggan untuk parkir kendaraan baik motor maupun mobil sehingga membuat pelanggan mengeluh
4. Kurangnya ketelitian beberapa karyawan dalam membuat laporan-laporan yang bersifat mendesak dan membutuhkan sikap cekatan karyawan.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Penelitian ini agar lebih terarahkan dan terfokus pada masalah penelitian maka peneliti perlu membuat batasan masalah penelitian ini hanya pada Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Konsumen pada *franchise* Menantea Medan.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang terkait menurunnya Loyalitas Pelanggan *Franchise Menantea Medan*, maka masalah penelitian dirumuskan, yaitu:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Franchise Menantea Medan*
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Franchise Menantea Medan*
3. Apakah Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Franchise Menantea Medan*
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen *Franchise Menantea Medan*
5. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada *Franchise Menantea Medan*
6. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Franchise Menantea Medan* Kepuasan konsumen ?
7. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Franchise Menantea Medan* melalui Kepuasan konsumen ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan *Franchise Menantea Medan*.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan *Franchise Menantea Medan*.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan *Franchise Menantea Medan*.

4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen karyawan Franchise Menantea Medan.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan konsumen Franchise Menantea Medan.
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Franchise Menantea Medan melalui Kepuasan konsumen
7. Mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Franchise Menantea Medan melalui Kepuasan konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Peneliti, dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia khususnya mengenai Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan *Franchise* Menantea Medan dengan Kepuasan konsumen sebagai Variabel *Intervening*.
2. Manajemen Franchise Menantea Medan, bahan masukan dalam melihat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan konsumen sebagai Variabel *Intervening*.
3. Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Prima Indonesia Medan, tambahan referensi penelitian dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia terkait peningkatan Loyalitas Pelanggan *Franchise* Menantea Medan berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan serta Kepuasan konsumen sebagai variabel *Intervening*.
4. Peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi dalam mengkaji masalah yang akan diteliti mengenai variabel selanjutnya.