

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin meningkat, mengakibatkan adanya persaingan yang semakin tinggi. Persaingan yang terjadi menuntut setiap perusahaan untuk memperhatikan keinginan serta memenuhi harapan konsumen, merancang strategi untuk menarik keinginan dan memenuhi harapan konsumen, merancang strategi untuk menarik keinginan dan memenuhi harapan konsumen. Terdapat hal yang lebih penting dari itu yaitu untuk senantiasa berusaha sebaik-baiknya dalam mempertahankan dan membina hubungan jangka panjang dengan konsumen yang sudah ada (Assauri, 2016).

Suatu perusahaan dalam mengelarkan produk sebaiknya menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternative pilihan produk yang ditawarkan. Crepes cake berusaha menciptakan varian rasa yang lagi laris atau ngetrend di kalangan anak muda, sehingga dapat dinikmati dan disukai oleh anak muda (Assauri, 2016).

Mille Crepes merupakan lapisan kue krep tipis yang dilengkapi dengan olesan krim. Biasanya kue ini dibeli secara utuh maupun per potong, ada banyak varian rasa pada Mille Crepes yaitu mulai dari rasa original, cokelat, vanilla, strawberry, matcha, dan masih banyak varian rasa lagi. Crepes cake biasanya dibuat dari 20 atau lebih lapisan crepes dan krim. Setelah semua bahan ditumpuk, crepes cake biasanya akan dipotong menjadi beberapa irisan segitiga (Dorebyletao, 2020).

Pelayanan merupakan salah satu usaha yang dapat dijadikan dasar untuk membuat perbedaan dengan perusahaan lain. Bentuk pelayanan yang dilakukan perusahaan yang satu dapat berbeda dengan perusahaan yang lain. Setiap perusahaan berusaha menarik minat konsumen agar kemudian menjadi loyal. Pelayanan dan loyalitas merupakan kesatuan yang utuh, menciptakan service yang dapat memberikan kepuasan tinggi kepada konsumen, maka akan membuat konsumen loyal dengan usaha kuliner yang ditawarkan (Sunarto, 2003).

Promosi mempunyai peranan yang sangat penting untuk pengembangan suatu perusahaan. Promosi perusahaan dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Kunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Jadi promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran karena dengan promosi bisa membuat konsumen yang semula tidak tertarik terhadap suatu produk bisa berubah pikiran menjadi tertarik pada produk tersebut. Crepes cake sering melakukan kegiatan promosi di media komunikasi seperti instagram (Khoirulloh, dkk 2018).

Harga mencerminkan nilai dari kesepakatan pembeli dan penjual atas suatu produk atau jasa. Harga yang ditawarkan harus sepadan dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Jika harga yang ditawarkan sepadan maka pelanggan akan memiliki pengalaman yang baik terhadap perusahaan tersebut, sehingga mereka akan terus mengulang untuk membeli produk tersebut (Kotler dan Keller, 2016).

Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai kesetiaan konsumen pada suatu jasa maupun barang yang digunakan. Adapun strategi untuk menghasilkan loyalitas

pelanggan terhadap suatu barang atau jasa yaitu dengan menyempurnakan kualitas pelayanan, artinya kualitas pelayanan adalah strategi penting bagi penyedia layanan jasa, agar terciptanya rasa puas pada pelanggan. Selain itu, harga pun mempunyai dampak agar terciptanya loyalitas pelanggan sehingga menjadi sesuatu yang diperhatikan pelanggan saat menggunakan layanan. Tak hanya kualitas pelayanan dan harga saja yang bias memberikan dampak loyalitas pelanggan, promosi pun bias memberikan dampak loyalitas pelanggan, dengan menjadi strategi komunikasi pemasaran guna untuk mempengaruhi calon pelanggan terhadap barang atau jasa tersebut (Nabilah & Dewanggi, 2020).

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka penting untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Crepes Cake.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan dibawah ini :

1. Bagaimana karakteristik pelanggan produk crepes cake pada Mille Crepes Makassar ?
2. Apa saja jenis rasa (varian rasa) dan berapa harga produk crepes cake pada Mille Crepes Makassar ?
3. Apakah kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Mille Crepes Cake Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan unuk :

1. Mendiskripsikan karakteristik pelanggan produk crepes cake pada Mille Crepes Makassar.
2. Mendiskripsikan jenis rasa (varian rasa) dan harga produk crepes cake pada Mille Crepes Makassar.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Mille Crepes Makassar.

1.4 Kegunaan Penelitian

Melakukan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak yang membacanya maupun terikat secara langsung didalamnya, adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Muslim Indonesia dan sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh selama perkuliahan. Selain itu, peneliti juga menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja.
2. Bagi Mille Crepes Makassar penelitian ini diharapkan adanya evaluasi berkelanjutan khususnya pemahaman mengenai kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan crepes cake.
3. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pembaca dan peneliti berikutnya yang akan mengambil masalah yang sama dan dijadikan sebagai informasi dalam penelitiannya.