

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bisnis merupakan suatu kegiatan dimana terdapat usaha individu yang terorganisir guna mendapatkan dan menjual barang maupun jasa untuk memperoleh keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.¹ Manusia melakukan bisnis dengan mengelola sumber daya ekonomi dengan sebaik-baiknya guna mendapatkan perolehan ataupun rizki guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis teramat penting untuk memperoleh pendapatan serta pemenuhan kebutuhan.

Bisnis dalam perspektif Islam didefinisikan sebagai kegiatan melayani orang lain melalui penyediaan produk baik berupa barang maupun jasa yang memiliki tujuan guna mendapatkan keuntungan yang halal dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT.² Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia selalu berusaha untuk mendapatkan harta yang mana salah satunya dilakukan dengan bekerja, dalam keberagaman bekerja tersebut salah satunya yakni berbisnis.

Perkembangan sekarang ini membuat persaingan dalam sektor bisnis menjadi semakin ketat, untuk itu para pelaku bisnis harus mempunyai strategi guna usaha yang dijalankannya dapat senantiasa bertahan serta memiliki

¹ Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Ummul Qura*, vol. 7 no. 1 (2016), 64.

² Usnan, *Pengantar Bisnis Islam Memahami Konsep Dasar Bisnis dalam Perspektif Konvensional dan Islam*, (Sukoharjo: CHU Media, 2021), 1-2.

pelanggan yang banyak. Apabila sebuah perusahaan bisa mempertahankan konsumennya otomatis akan terjalin sebuah hubungan timbal balik yang menguntungkan antara keduanya.

Konsumen merupakan aspek terpenting dari setiap bisnis. Bisnis apapun dapat berjalan tidak lepas dari peran konsumen yang mana menghasilkan keuntungan. Terdapat beberapa cara yang bisa dilakukan dalam mempertahankan konsumen, diantaranya dengan cara pebisnis mempelajari karakteristik konsumen, mempelajari keinginan dan kebutuhan konsumen serta adanya pelayanan yang terbaik terhadap konsumen. Dengan diterapkannya strategi-strategi tersebut, maka pebisnis dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk serta melakukan pengulangan dalam pembelian atau dengan kata lain dapat menjadikan konsumen tersebut menjadi loyal.

Loyalitas dapat didefinisikan sebagai kesetiaan, yang mana kesetiaan tersebut ada tanpa adanya paksaan dari manapun melainkan timbul dari kesadaran diri melalui tahapan yang pernah dilalui. Menurut Ali Hasan sebagaimana dikutip oleh Muhammad Adam, loyalitas konsumen didefinisikan sebagai orang yang melakukan pembelian, terutama mereka yang melakukan pembelian secara berkala. Pelanggan ialah orang yang secara konsisten mendatangi tempat yang sama secara teratur guna memenuhi keinginannya melalui pembelian produk, layanan maupun kombinasi yang diinginkan.³

Konsumen yang loyal tidak terjadi begitu saja, melainkan terdapat hal yang menjadikannya loyal. *Relationship* memiliki kekuatan untuk

³ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 61.

mempengaruhi perilaku konsumen melalui berbagai faktor, diantaranya mempromosikan kepercayaan diri yang lebih besar, memberikan keuntungan sosial serta menyediakan perlakuan khusus. Seorang pebisnis harus melakukan beberapa hal penting, salah satunya ialah mencari tahu bagaimana mengelola klien yang memiliki kebutuhan khusus dengan perlakuan yang khusus pula sehingga mereka bisa mendapatkan konsumen yang setia.

Sehubungan dengan loyalitas konsumen, para pelaku bisnis sudah semestinya untuk mendalami perilaku konsumen agar dapat memperoleh perhatian dari konsumen. Mengukur kepercayaan dan loyalitas konsumen sangatlah penting, karena hal itu adalah salah satu bentuk timbal balik kepada pelanggan yang sebelumnya telah menggunakan barang atau jasa perusahaan.

Bisnis kopi merupakan salah satu bisnis yang lagi ramai belakangan ini, hal tersebut sejalan dengan banyaknya produksi kopi di Indonesia. Berdasarkan data dari Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA), Indonesia memproduksi 10,5 juta kantong kopi robusta dan 1,3 juta kantong kopi arabika. Sehingga jumlah keseluruhan produksi kopi di Indonesia tersebut menjadi 11,80 juta kantong. Dengan jumlah produksi tersebut, Indonesia menduduki Negara penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia pada 2022/2023.⁴ Hal tersebut menunjukkan betapa berkembang pesatnya pengonsumsi kopi yang ditunjang dengan banyaknya *coffeeshop* yang berdiri.

⁴ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/Indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-20222023> diakses pada tanggal 21 Juni 2023.

Kebiasaan baru yang ada juga ikut meningkatkan kebutuhan konsumen untuk mengkonsumsi kopi. Mengingat potensi yang sangat menguntungkan, hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis sebagai peluang usaha untuk mendirikan maupun mengembangkan *coffeeshop* yang sudah ada. Pecinta kopi menjadi semakin meningkat, yang mana *coffeeshop* semakin banyak didirikan. Namun dengan banyaknya pelaku bisnis yang mendirikan *coffeeshop*, hal tersebut akan menjadikan persaingan pada bisnis *coffeeshop* semakin ketat. Maka dari itu setiap pelaku bisnis harus mempunyai strategi masing-masing guna mempertahankan konsumen, salah satunya ialah dengan menerapkan strategi pelayanan yang baik.

Berikut disertakan data beberapa *coffeeshop* yang ada di Kediri

Tabel 1.1

Data *Coffeeshop* yang Ada di Kediri

Nama Coffeeshop	Promotion (Promosi)	Product (Produk)	Place (Tempat)	Price (Harga)
Akar Coffee	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan media sosial instagram untuk melakukan promosi kepada calon pembeli. Akun instagramnya ialah @akarcoffee.co • Mengadakan <i>live music</i> sekali dalam dalam satu minggu. • Mengadakan kompetisi <i>brewing</i> kopi 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Coffee series</i> • <i>Yakult series</i> • <i>Tea series</i> • <i>Milk series</i> • <i>Snack</i> 	Beralamatkan di Jl. Raya Kediri No. 248, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. Dengan konsep tempat <i>indoor</i> dan <i>outdoor</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Coffee series</i> = Rp. 18.000. • <i>Yakult series</i> = Rp. 15.000. • <i>Tea series</i> = Rp. 10.000. • <i>Milk series</i> = Rp. 15.000. • <i>Snack</i> = Rp. 20.000

	pada saat <i>anniversary</i> .			
Nongkaski	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan instagram sebagai sarana promosi kepada <i>customer</i>. Nama akunnya yakni @nongkaski. • Mengadakan <i>live music</i> sekali dalam satu minggu. • Membagikan kopi gratis setiap hari minggu pagi pukul 07.00-09.00. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Coffee series</i> • <i>Yakult series</i> • <i>Tea series</i> • <i>Squash series</i> • <i>Milk series</i> • <i>Snack</i> 	Beralamatkan di Jl. Raya Kediri, Jayaraya. Kecamatan Wates Kabupaten Kediri. Dengan konsep <i>Coffeshop indoor</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Coffee series</i> = Rp. 15.000. • <i>Yakult series</i> = Rp. 15.000. • <i>Tea series</i> = Rp. 12.000. • <i>Squash series</i> = Rp. 12.000. • <i>Milk series</i> = Rp. 15.000 • <i>Snack</i> = Rp. 20.000.
Tell Kopi	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan media sosial instagram untuk promosi. Akun instagramnya ialah @tellkopi. • Mengadakan <i>live music</i> setiap hari. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Coffee series</i> • <i>Tea series</i> • <i>Squash series</i> • <i>Milk series</i> • <i>Snack</i> • <i>Rice bowl</i>. 	Beralamatkan di Jl. Mauni No. 82 Bangsal, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. Tell Kopi ini mempunyai konsep <i>indoor</i> dan <i>outdoor</i> , Adapun <i>live music</i> di bagian <i>outdoor</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Coffee series</i> = Rp. 20.000 • <i>Tea series</i> = Rp. 15.000. • <i>Squash series</i> = Rp. 15.000 • <i>Milk series</i> = Rp. 18.000. • <i>Snack</i> = Rp. 20.000. • <i>Rice bowl</i> = Rp. 25.000.
Fresh Café	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan instagram sebagai sarana promosi. Nama 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Coffee series</i> • <i>Yakult series</i> 	Beralamatkan di Jl. Raya Wates-Kediri No.03,	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Coffee series</i> = Rp. 11.000.

	<p>akun instagramnya ialah @fresh.cafe_wates.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengadakan <i>live music</i> tiga kali dalam satu minggu. • Melayani <i>delivery order</i> (pesan antar). • Promo beli satu gratis satu setiap hari jumat. • Menyewakan tempat untuk <i>event</i> seperti pernikahan, dengan begitu tempatnya bisa diketahui banyak orang. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Milk series</i> • <i>Squash series</i> • <i>Ice cream series</i> • <i>Others</i> • <i>Snack</i> • <i>Mie level.</i> 	<p>Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. Dengan konsep <i>Coffeeshop indoor</i> dan <i>outdoor</i> dimana menyajikan pemandangan alam serta <i>sunset view</i> yang bagus.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Yakult series</i> = Rp. 9.000. • <i>Milk series</i> = Rp. 10.000 • <i>Squash series</i> = Rp. 9.000 • <i>Ice cream series</i> = Rp. 13.000 • <i>Others</i> = Rp. 7.000. • <i>Snack</i> = Rp. 8.000. • <i>Mie Level</i> = Rp. 10.000.
--	---	---	---	---

Sumber: Hasil observasi.⁵

Salah satu *coffeshop* yang masih bertahan dalam menghadapi banyaknya persaingan dan memiliki banyak konsumen setiap harinya ialah *Fresh Cafe* yang beralamat di Jl. Raya Wates – Kediri No. 03, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. *Fresh Café* merupakan kedai kopi yang didirikan pada tahun 2019. Pendirian *Fresh Café* ini dilatarbelakangi oleh seorang pemuda yang mempunyai hobi mengkonsumsi kopi dan peka terhadap peluang yang ada. Akan tetapi pada era sekarang ini banyak bermunculan *café-café* di wilayah Kediri yang menjadi pesaing bagi *Fresh Café*. Pesaing-pesaing yang ada diantara ialah Akar *Café*, Nongkaski, Tell Kopi, dan masih banyak lagi.

⁵ Observasi, *Kedai Kopi di Kediri*, 29 Juli 2023.

Loyal atau tidaknya konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap kepuasan yang diperoleh melalui produk maupun pelayanan yang diberikan. Melalui pengalaman yang diperolehnya tersebut konsumen akan mempunyai kemampuan untuk membuat nilai-nilai tertentu, yang mana nilai tersebut akan berdampak pada konsumen ketika mereka melakukan perbandingan antara produk atau layanan sebelumnya.

Pelayanan prima menurut Kurniawan ialah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan serta kebutuhan dari konsumen.⁶ Adanya pelayanan prima yang diberikan dapat membuat konsumen merasa puas serta konsumen akan mendapatkan pengalaman yang berbeda, dimana jika pada suatu usaha menerapkan pelayanan prima maka konsumen akan mendapat perhatian yang lebih dari segi pelayanannya. Dari kepuasan konsumen tersebut, tidak menutup kemungkinan konsumen akan menjadi loyal.

Berdasarkan data *coffeeshop* pada tabel 1.1 di atas, maka dapat diketahui bahwa *Fresh Café* memiliki beberapa keunggulan yaitu tempat usaha yang cukup luas, harganya lebih murah daripada lainnya yang mana bisa dinikmati oleh semua kalangan, *Fresh Café* juga memiliki konsep yang berbeda dengan café-café yang terletak disekitarnya yang mana konsep di *Fresh Café* menyuguhkan suasana alam dengan *view* persawahan.

Pelayanan prima sebagai salah satu hal yang paling penting dalam menjalankan bisnis. Sejalan dengan pelayanan prima yang diterapkan pada *Fresh Café*, dengan pelayanan yang terbaik akan mendatangkan banyak

⁶ Kurniawan, *Pelayanan Prima* (Sumatra Barat: Mitra Cendekia, 2022), 8.

konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya data banyaknya konsumen pada *Fresh Café* selama satu tahun belakang, adapun datanya sebagai berikut.

Tabel 1.2

Banyaknya Konsumen *Fresh Cafe*

Bulan	Tahun	Banyaknya Konsumen
Juli	2022	1.788 Konsumen
Agustus	2022	1.802 Konsumen
September	2022	1.836 Konsumen
Oktober	2022	1.820 Konsumen
November	2022	1.859 Konsumen
Desember	2022	1.871 Konsumen
Januari	2023	1.922 Konsumen
Februari	2023	1.956 Konsumen
Maret	2023	1.960 Konsumen
April	2023	1.892 Konsumen
Mei	2023	1.959 Konsumen
Juni	2023	2.479 Konsumen

Sumber: Hasil dokumentasi.⁷

Dari tabel diatas bisa dikatakan bahwa pada *Fresh Café* mempunyai konsumen yang loyal, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya jumlah konsumen yang berkunjung ke *Fresh Café* yang cenderung stabil, meskipun terdapat penurunan konsumen pada bulan Oktober dan April, akan tetapi penurunan tersebut tidak terlalu signifikan.

Keloyalitasan konsumen *Fresh Cafe* juga ditunjukkan pada saat peneliti melakukan wawancara kepada beberapa konsumen *Fresh Cafe*, salah satunya pernyataan dari Siti Aprilia yang memaparkan bahwa dirinya pada bulan Februari telah berkunjung ke *Fresh Cafe* sebanyak tujuh kali dan menu yang

⁷ Dokumentasi, Trio Efendi, *Owner Fresh Cafe*, 8 Agustus 2023.

dipesan juga beraneka ragam. Siti Aprilia juga memberikan pernyataan alasan dirinya kembali ke *Fresh Cafe* salah satunya ialah karena pelayanan prima yang diberikan oleh pihak *Fresh Cafe*.⁸

Hal serupa juga diungkapkan oleh konsumen *Fresh Cafe* yang lain, yakni Aurel Tesalonika yang mana memaparkan bahwa dirinya sudah delapan kali ke *Fresh Cafe* selama bulan Februari. Aurel tesalonika juga memberikan pernyataan terkait alasan dirinya kembali ke *Fresh Cafe* ialah karena adanya pelayanan prima yang diberikan oleh pegawai *Fresh Cafe* ketika melayani konsumen.⁹

Berdasarkan pernyataan yang diberikan oleh konsumen *Fresh Cafe* diatas, salah satu alasan konsumen menjadi loyal ialah adanya pelayanan prima yang diberikan oleh pihak *Fresh Cafe*. Dengan pelayanan yang prima dapat membuat konsumen terkesan dan akan melakukan pembelian secara berulang.

Melihat fenomena yang telah dipaparkan, penulis sangat tertarik untuk menyelami lebih dalam lagi mengenai pelayanan prima yang diterapkan oleh pihak *Fresh Café* dalam mempertahankan loyalitas konsumen mengingat era sekarang marak sekali bisnis di dunia café dan perkopian yang menjadikan persaingan menjadi semakin ketat. Dengan penerapan pelayanan prima pada suatu usaha akan dapat meningkatkan daya saing serta dapat meningkatkan keberlangsungan sebuah usaha guna memperoleh hasil yang maksimal.

⁸ Wawancara, Siti Aprilia, *Pelanggan Fresh Cafe*, 28 Februari 2024.

⁹ Wawancara, Aurel Tesalonika, *Pelanggan Fresh Cafe*, 28 Februari 2024.

Berdasarkan pemaparan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai permasalahan tersebut dan memaparkannya ke dalam bentuk penelitian dengan mengangkat judul “Peran Pelayanan Prima Guna Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Studi Pada *Fresh Café* Kabupaten Kediri)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan dan uraian di atas maka yang menjadi fokus pada penelitian ini ialah:

1. Bagaimana pelayanan prima di *Fresh Café* Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana peran pelayanan prima di *Fresh Café* Kabupaten Kediri dalam mempertahankan loyalitas konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya serta fokus penelitian yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk menjelaskan pelayanan prima di *Fresh Café* Kabupaten Kediri.
2. Untuk menjelaskan peran pelayanan prima di *Fresh Café* Kabupaten Kediri dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian hasil di atas diharapkan bahwa memberi kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca mengenai strategi pelayanan prima yang diterapkan oleh owner *Fresh Café* guna mempertahankan loyalitas konsumennya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti

Sebagai sarana guna menambah wawasan serta pengetahuan dalam menerapkan strategi-strategi pelayanan prima dalam upaya mempertahankan loyalitas konsumen dalam usaha kedai kopi.

- b. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak yang membutuhkan serta dapat menambah informasi mengenai strategi pelayanan prima guna mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha kedai kopi.

- c. Bagi *Fresh Café*

Sebagai bahan masukan, evaluasi kinerja, dan diharapkan memberikan motivasi pada *Fresh Café* untuk meningkatkan usahanya serta dapat mengembangkan usahanya dengan baik.

E. Penelitian Terdahulu

1. Peran Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Cepoko Jaya Motor di Desa Cepoko Kecamatan Berbek Kabupaten Nganjuk) oleh Ahmad Muzzamil (2023), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Fokus penelitian ini yakni meninjau kembali pelayanan pada bengkel Cepoko Jaya Motor di Desa Cepoko Kecamatan Berbek Kabupaten Nganjuk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode yang dipakai pada penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian mengemukakan bahwa strategi pelayanan pada Bengkel Cepoko Jaya Motor ialah dari segi keandalan terletak pada kemampuan karyawan dalam memperbaiki kendaraan, kerapihan dan tepat waktu; dari segi daya tanggap selalu siap memberikan pelayanan dengan maksimal dan teliti; dari segi kepastian/jaminan, hasil perbaikan motor sesuai dengan keinginan pelanggan dan jaminan pengembalian jika ada barang yang cacat.¹⁰

Dalam penelitian ini persamaannya ialah sama meneliti mengenai strategi pelayanan pada suatu tempat serta metode penelitian yang dipakai sama, yakni menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaannya ialah variabel pada penelitian terdahulu ialah kepuasan pelanggan sedangkan variabel pada penelitian sekarang ialah loyalitas konsumen, selain itu objek penelitiannya juga berbeda, pada penelitian terdahulu meneliti pada usaha jasa yakni pada Bengkel Cepoko Jaya Motor sedangkan penelitian sekarang meneliti pada usaha non jasa yakni *Fresh Café* yang beralamatkan di Wates Kabupaten Kediri.

¹⁰ Ahmad Muzzamil, *Peran Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Cepoko Jaya Motor di Desa Cepoko Kecamatan Berbek Kabupaten Nganjuk)* Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2023.

2. Peran *Service Excellence* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Simple Kopi Kediri oleh Putri Halimah Nurseha (2021), mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana *service excellence* berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Adapun hasil dari penelitian ini memaparkan bahwa pada *Simple Kopi* pelayanan prima yang diberikan sudah melebihi dari yang diharapkan oleh konsumen.¹¹

Dalam penelitian ini persamaannya yakni sama membahas tentang pelayanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, penelitian terdahulu objeknya pada *Simple Kopi* Kediri dan penelitian sekarang objeknya pada *Fresh Café* Kediri. Selain itu, penelitian terdahulu fokus penelitiannya kepada peran pelayanan prima (*Service Excellence*) dan penelitian sekarang fokusnya kepada strategi pelayanan yang diterapkan guna mempertahankan loyalitas pelanggan.

3. Peranan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di JNE Agen Gurah Kabupaten Kediri oleh Arif Affandi (2018), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Penelitian ini berfokus kepada kualitas pelayanan pada perusahaan jasa pengiriman barang yakni pada JNE Agen Gurah Kabupaten Kediri. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode penelitian

¹¹ Putri Halimah Nurseha, *Peran Service Excellence Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Simple Kopi Kediri*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2021.

kualitatif serta analisis yang dipakai ialah analisis deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa di JNE Agen GuraH penerapan kualitas pelayanannya telah melampaui dari apa yang pelanggan harapkan, hal tersebut terbukti dengan adanya peningkatan jumlah pelanggan pada JNE Agen GuraH dalam pertahunnya.¹²

Dalam penelitian ini persamaannya ialah sama meneliti mengenai pelayanan untuk meningkatkan loyalitas, serta metode penelitian yang dipakai juga sama. Adapun perbedaannya, pada penelitian terdahulu meneliti pada perusahaan jasa yakni JNE Agen GuraH Kabupaten Kediri, sedangkan penelitian sekarang meneliti pada perusahaan non jasa yakni pada *Coffeeshop Fresh Café* Kabupaten Kediri.

4. Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online oleh Hary Irvan Tarigan (2019), Mahasiswa Universitas Prima Indonesia, Medan.

Jurnal penelitian ini berfokus kepada hubungan antara harga, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Metode yang dipakai ialah metode penelitian kuantitatif dengan subjek siswa SMU Swasta Methodist 1 Medan kelas X dan XI IPA yang berjumlah 152. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terdapat hubungan yang positif.¹³

¹² Arif Affandi, *Peranan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di JNE Agen GuraH Kabupaten Kediri*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2018.

¹³ Hary Irvan Tarigan, *Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online*, *Jurnal of Psychology*, Universitas Prima Indonesia Medan, 2019.

Persamaan pada penelitian ini ialah sama meneliti mengenai pelayanan dan loyalitas pelanggan. Perbedaannya ialah pertama, pada penelitian terdahulu metodenya mengenakan kuantitatif dan pada penelitian saat ini metode yang dipakai ialah kualitatif. Kedua, pada penelitian terdahulu berfokus pada hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pada penelitian ini fokusnya pada strategi pelayanan yang diterapkan. Ketiga, pada penelitian terdahulu meneliti pada perusahaan jasa yakni transportasi online sedangkan pada penelitian sekarang meneliti pada perusahaan non jasa yakni pada *Coffeeshop Fresh Café* Kabupaten Kediri.

5. Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga Pada UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri oleh Tesha Fransiska Febriana (2022), Mahasiswi Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Kediri.

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, citra merek dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan hasil penelitian memaparkan bahwa kualitas pelayanan, citra merek dan harga semua berpengaruh dan mempunyai nilai signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹⁴

¹⁴ Tesha Fransiska Febriana, *Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga Pada UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri*, Universitas Nusantara Perguruan Guru Republik Indonesia Kediri, 2022.

Persamaan pada penelitian ini ialah pada variabel yang diteliti yang mana sama meneliti pelayanan yang diberikan kepada konsumen guna memenuhi kepuasan dari konsumen. Sedangkan perbedaannya, penelitian terdahulu metode yang dipakai ialah kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan kualitatif, objek yang diteliti pun berbeda yang mana penelitian terdahulu meneliti pada UMKM Sambal Pecel Mbak Ti dan penelitian ini meneliti pada *Fresh Café* Kediri.