

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Loyalitas konsumen adalah hasil dari persepsi terhadap kinerja dari nilai suatu produk atau layanan. Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi pula loyalitas konsumen pada perusahaan. Loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi atau pun terkait beberapa faktor lainnya. Secara umum loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang atau jasa tertentu. Loyalitas konsumen merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut.

Selain itu dalam konteks bisnis, loyalitas dijelaskan sebagai keinginan konsumen untuk terus berlangganan pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, dan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada teman dan lainnya.

Terjadinya loyalitas pada konsumen disebabkan oleh pengaruh kepuasan dengan produk atau jasa tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus. Pelanggan juga dapat menjadi loyal karena mereka puas dengan produk atau

jasa tersebut, sehingga ingin terus melanjutkan hubungan dengan perusahaan. pelanggan yang loyal memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dalam waktu yang lama. Perusahaan yang akan mempertahankan loyalitas pelanggannya harus memfokuskan pada kepuasan pelanggan yang diikuti dengan kualitas pelayanan yang prima dalam membentuk loyalitas yang berkelanjutan.

Tidak dapat dipungkiri melihat perkembangan sosial dan budaya masyarakat yang semakin maju dan modern, sehingga banyak masyarakat yang menyukai hal-hal yang serba instan. Banyaknya masyarakat yang memilih makanan serba instan karena mereka dapat mengefesiansikan waktu mereka tanpa harus membuat terlebih dahulu. salah satu makanan cepat saji yang berkembang pada saat ini adalah fried chicken. Fried chicken merupakan salah satu makanan yang di gemari oleh masyarakat, setiap daerah di Indonesia memiliki makanan sejenis fried chicken, salah satunya adalah KFC di Pringsewu, perusahaan dalam bidang makanan cepat saji ini berusaha untuk memvariasikan produk makanannya dari produk, rasa, sajian maupun pelayanan yang di tawarkan, hal tersebut di lakukan demi mendapatkan konsumen yang loyal.

Berdasarkan pra penelitian penulis bahwa konsumen KFC Pringsewu menunjukkan loyalitasnya secara fluktuatif.

Berikut data jumlah konsumen yang datang di KFC pringsewu pada tahun 2018 terdapat pada tabel berikut:

Tabel 1 Jumlah Konsumen KFC Pringsewu Tahun 2018

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Januari	12.025
2	Februari	10.859
3	Maret	11.949
4	April	11.649
5	Mei	15.127
6	Juni	15.036
7	Juli	15.983
8	Agustus	16.548
9	September	15.152
10	Oktober	16.845
11	November	15.058
12	Desember	14.916
	Total	171.147

Sumber; KFC Pringsewu tahun 2018

Berdasarkan data pada tabel 1 dapat di ketahui bahwa jumlah konsumen KFC cabang Pringsewu berfluktuasi. Jumlah konsumen yang datang di KFC Pringsewu selalu berubah-ubah setiap bulannya. Hal tersebut dapat dilihat pada bulan Januari jumlah konsumen yang datang adalah 12.025 orang, pada bulan Februari mengalami penurunan sejumlah 1.166 orang, pada bulan Maret mengalami peningkatan sejumlah 1.090 orang, pada bulan April mengalami penurunan kembali sejumlah 300 orang, pada bulan Mei mengalami peningkatan sejumlah 3.478 orang, pada bulan Juni mengalami peningkatan sejumlah 91 orang, pada bulan Juli mengalami peningkatan sejumlah 97 orang, pada bulan Agustus mengalami peningkatan sejumlah 565 orang, pada bulan September mengalami penurunan sejumlah 1.396 orang, pada bulan Oktober mengalami peningkatan kembali sejumlah 1.693 orang, pada bulan November mengalami penurunan sejumlah 1.787 orang dan pada bulan Desember mengalami penurunan sejumlah 142 orang.

Penulis tertarik ingin meneliti lebih lanjut naik turunnya konsumen KFC Pringsewu dikaitkan dengan gaya hidup dan kepercayaan merek.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu ?
2. Apakah kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu ?
3. Apakah gaya hidup dan kepercayaan merek bersama-sama mempengaruhi loyalitas konsumen di KFC Pringsewu ?

Berdasarkan uraian pada perumusan masalah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada KFC Pringsewu dengan judul “PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI KFC PRINGSEWU”.

C. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian adalah gaya hidup dan kepercayaan merek
2. Subjek penelitian yaitu konsumen yang datang berbelanja di KFC Pringsewu
3. Tempat penelitian pada KFC Pringsewu

4. Waktu penelitian pada tahun 2019

D. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu
- b. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu.
- c. Untuk mengetahui gaya hidup dan kepercayaan merek secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas konsumen di KFC Pringsewu.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoritis

Dengan mengetahui pengaruh gaya hidup dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen KFC dapat menambah ilmu dan pengetahuan dalam meningkatkan loyalitas konsumen,

- b. Secara Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan loyalitas konsumen di KFC Pringsewu.