

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang kedai kopi sedang mengalami peningkatan, keinginan masyarakat untuk meminum kopi di luar rumah sangatlah menjadi antusias setiap kalangan dari yang mulai anak remaja hingga orang dewasa. Banyak waktu untuk menghabiskan di tempat kopi tersebut dikarenakan tempat yang nyaman dan fasilitas yang memadai, *Starbucks* tidak hanya menjual kopi saja tetapi menjual aneka bahan dasar kopi, kue dan yang tidak berbahan dasar kopi.

Seperti yang kita ketahui *Starbucks Coffee* memberikan suasana yang berbeda dibandingkan dengan gerai kopi pada umumnya karena *Starbucks* lebih bernuansa modern, dan fokus pada suasana yang nyaman. Dari pelayanan dan kenyamanan yang diberikan, maka dari itu konsumen yang datang ke *Starbucks* bukan hanya untuk menikmati kopi tetapi juga *Starbucks* dapat dijadikan sebagai tempat pertemuan baik itu dari pertemuan bisnis maupun komunitas. Konsumen dapat menghabiskan waktu sampai berjam jam hanya untuk menikmati kopi dikarenakan suasana yang diberikan oleh *Starbucks* ini tidak dapat dinikmati di kedai kopi tradisional.

Banyak dari mahasiswa Universitas YARSI suka mengunjungi *Starbucks* bukan hanya karena tempat dan fasilitas yang nyaman akan tetapi mereka memang menyukai kopi dari gerai *Starbucks*.

Pada saat ini konsumen banyak yang tertarik dengan produk *Starbucks*, dalam pemilihan produk yang dikonsumsi biasanya konsumen akan memilih kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam mengkonsumsi *Starbucks* yaitu Harga, Kualitas Pelayanan dan Label Halal.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi semua perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Menurut Sinurat (2017) menyatakan *Customer loyalty* adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Harga menurut Nalendra (2018) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa mahal, penyerahan produk yang lambat dapat mengakibatkan pelanggan tidak puas. Sebelum masyarakat membeli kopi di *Starbucks*, harga perlu diperhatikan dan diutamakan oleh setiap pembeli karena harga mempunyai peranan penting dalam suatu produk.

Kualitas pelayanan menurut Sinurat (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan

ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan atau pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut.

Label halal menjadi salah satu kriteria yang sangat penting yang dapat digunakan untuk membedakan produk menurut Handriani (2021) label halal dalam suatu produk dapat meyakinkan konsumen melakukan pembelian produk karena adanya informasi yang terkandung pada label kemasan produk. Label halal pada kemasan produk sejatinya dapat meyakinkan konsumen beragama Islam melakukan pembelian produk, karena kewajiban umat muslim memakan makanan berstatus halal yang sudah tertera pada label halal produk tersebut.

Tabel 1.1
Jumlah Kedai Starbucks di Beberapa Negara

No	Negara	Unit (Jumlah)
1	Amerika Serikat	13.123 unit
2	Kanada	1.299 unit
3	Jepang	977 unit
4	Britania Raya	793 unit
5	Cina	732 unit
6	Korea Selatan	437 unit
7	Meksiko	363 unit
8	Indonesia	326 unit
9	Taiwan	282 unit
10	Filipina	204 unit
11	Thailand	164 unit

Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Starbucks>

Indonesia memiliki kedudukan ke 8 dengan jumlah kedai *Starbucks* sebanyak 326 unit sampai dengan tahun 2018. Saat ini, dengan 326 gerai

Starbucks Coffee Indonesia berkomitmen untuk membawa pengalaman *Starbucks (The Starbucks Experience)* ke dalam kehidupan pelanggan melalui setiap cangkir yang dibutuhkan.

Starbucks Coffee merupakan perusahaan kedai terbesar di Indonesia memiliki 326 cabang baik di dalam kota maupun di luar kota. Starbucks merupakan banyak produk mulai dari kopiminuman panas yang berbasis *espresso*, minuman dingin, *frappuccino blended coffee* dan *frappuccino blended cream*, makanan ringan seperti *cake*, *puff*, *cookies* sampai *shandwich*.

Dalam kasus ini saya memilih judul ini dikarenakan ingin mengetahui sejauh mana konsumen menyukai produk *Starbucks*, karna harga yang *relative* lumayan tinggi untuk kalangan pelajar, tetapi masih bisa membelinya dan ingin mengetahui sejauh mana produk *Starbucks* berkembang di era sekarang, karena banyak pesaing yang mengikuti produk *Starbucks* tetapi harga jauh lebih murah dibandingkan harga pesaing.

Menurut sudut pandang islam, kegiatan bisnis harus didasari oleh prinsip-prinsip islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yang merupakan pembisnis yang cerdas dengan berbagai keutamaan yang beliau miliki. Demikian halnya dalam menjalankan bisnis dalam bidang makanan dan minuman setiap aktivitasnya harus didasarkan oleh prinsip dan nilai Islam yang telah disampaikan oleh Al-Qur'an yang salah satunya menjelaskan tentang kehalalan yang tertera pada surat (QS. Al-Baqarah:168).

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلْالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan”* (QS Al-Baqarah:168).

Penjelasan ayat kaum mukminin diperintah untuk mengkonsumsi yang halal dan baik melalui ayat ini, Allâh Azza wa Jalla memanggil seluruh umat manusia, baik yang beriman maupun manusia yang kufur kepada-Nya. Allâh Azza wa Jalla mengingatkan mereka akan anugerah berupa perintah kepada mereka untuk memakan apa saja yang ada di bumi, baik yang berupa biji-bijian, sayuran, dan buah-buahan, serta daging hewan dan binatang dengan dua kriteria: (yang diharamkan bagi mereka), bukan yang diharamkan atau didapatkan melalui cara yang haram seperti ghashab mencuri dan lainnya. Kedua, (yang baik) maksudnya bukan barang yang khabits (buruk) seperti bangkai, darah, daging babi dan barang-barang bersifat buruk lainnya. Setiap transaksi ekonomi dalam Islam memiliki kaidah-kaidah aturan dan sejumlah hukum, produk-produk yang dihasilkan pada Starbucks serta faktor-faktor yang mempengaruhi pada keputusan pembelian tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam karena dalam bisnis Islam perilaku ekonomi itu merupakan bagian dari perilaku agama secara keseluruhan. Para konsumen saat ini sudah banyak yang tertarik dengan Starbucks dalam memilih produk yang dikonsumsi biasanya konsumen akan memilih kualitas yang baik.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas dengan mempertimbangkan relevan dengan topik yang dibicarakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH HARGA, KUALITAS**

PELAYANAN DAN LABEL HALAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK *STARBUCKS COFFEE* CEMPAKA PUTIH MENURUT SUDUT PANDANG ISLAM”

1.2 Rumusan Masalah

Secara teori terdapat banyak faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian namun dengan pertimbangan waktu, data dan lain hal maka faktor yang dianggap berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah Harga, Inovasi, dan juga Promosi:

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih ?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih?
3. Bagaimana pengaruh Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih ?
4. Bagaimana pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih ?
5. Bagaimana pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih menurut pandangan Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih
3. Untuk mengetahui pengaruh Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih
5. Untuk mengetahui pandangan islam tentang Harga, Kualitas Pelayanan dan Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Starbucks Coffee* Cempaka Putih

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan, terutama konsumen agar dapat mempertimbangkan pengambilan keputusan.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pelaku usaha.
2. Manfaat akademis/teoritis
 - a. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat bermanfaat terutama

mengenai Harga, Inovasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dalam mengkonsumsi Starbucks

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris dan konstruktif bagi perkembangan ekonomi Islam.