

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Loundry sepatu atau yang lebih dikenal dengan jasa cuci sepatu baru ramai di perbincangkan di Indonesia sekitar tahun 2015. Bisnis laundry sepatu atau jasa cuci sepatu ini mulai marak bermunculan di kota-kota besar di Indonesia. Bisnis ini ada, tidak lepas dari sifat konsumtif masyarakat dan ketertarikan masyarakat terhadap berbagai macam jenis sepatu. Para pelaku bisnis cuci sepatu berlomba-lomba untuk menarik perhatian calon konsumennya dengan berbagai inovasi-inovasi baru yang terus dikembangkan.

Melihat dari antusiasme masyarakat akan ketertarikannya merawat sepatu, menjadikan peluang bisnis bagi para pebisnis untuk memulai usaha dibidang ini. Segmentasi yang ditentukan dirasa sangat cocok dan juga efektif melihat banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat namun minim waktu untuk sekedar merawat sepatu-sepatu yang notabennya adalah kebutuhan wajib yang harus selalu digunakan saat berpergian, sekolah, dan bekerja.

Karena mulai maraknya bisnis dibidang ini, para pelaku bisnis jasa cuci sepatu haruslah memutar otak untuk terus memberikan pelayanan yang berkualitas, berdasarkan pengalaman yang diperoleh, pelanggan memiliki

kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk jasa yang pernah dirasakannya. Secara langsung pernyataan tersebut akan mempengaruhi pandangan dan penilaian pelanggan terhadap perusahaan kompetitor.

Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan untuk menggunakan jasa tidaklah mudah, banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh para pebisnis, maka dari itu para pebisnis harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen agar dapat memenangkan persaingan. *Toms Clean* salah satu jasa laundry sepatu di kota Solo yang dimiliki oleh seorang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang bernama Galang Fikar Fauzi. Berawal dari hobi membeli dan menjual sepatu bekas, lalu ia memberanikan diri untuk membuka jasa laundry sepatu yang dikerjakan dengan bantuan cairan pembersih sepatu premium yang didapatkan dari produsen di kota Solo.

Perusahaan jasa seperti *Toms Clean* ini juga harus dapat Merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa adalah kualitas pelayanan. Dalam misi ini memberikan pelayanan yang baik, dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kualitas pelayanan yang dapat diandalkan, kecepatan yang sigap, sopan santun dan keramahan,

sehingga manfaat yang besar akan diperoleh, terutama kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh pihak *Toms Clean* sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. Variable kualitas yang paling sering menjadi acuan seperti reabilitas atau keandalan, responsivitas atau daya tanggap, jaminan, empati dan tangible atau bukti fisik telah dipenuhi demi memenangkan persaingan dan hati para pelanggannya.

Faktor lainnya seperti promosi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa laundry sepatu. Promosi adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran atau transaksi dalam pemasaran. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk menggunakan suatu jasa akan menjadi tertarik dan kemudian akan mencoba data tersebut.

Dengan ketatnya persaingan, strategi promosi yang tepat juga dapat membentuk minat dalam menggunakan sebuah jasa. factor tersebut sangat berpengaruh agar pelanggan berminat untuk menggunakan jasa karena promosi yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang didapatkan. *Toms Clean* dalam hal ini banyak sekali melakukan kegiatan promosi, seperti mengajak pengguna sepatu untuk rajin Merawat sepatu kesayangannya melalui pesan singkat di media sosial membuat dan mengikuti *event-event* sepatu

Kemudian ada beberapa promo yang ditawarkan oleh *Toms Clean* seperti “*Zero Heroes*” dimana pelanggan akan mendapatkan gratis mendapatkan sebuah parfume sepatu sebanyak 15 ml dengan syarat minimal transaksi dua pasang sepatu. Promo lain yang diberikan oleh *Toms Clean* adalah “*give away*” dimana pelanggan akan mendapatkan sepasang sepatu gratis dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Pelanggan cukup meakukan transaksi minimal tiga pasang sepatu, setelah itu pelanggan akan diberi kupon yang nantinya akan diundi. Pengundian kupon akan dilakukan secara live di official Instagram *Toms Clean*.

Semua jasa yang ditawarkan oleh *Toms clean* pasti mempunyai harga. Agar jasa tersebut laku dipasaran, perusahaan harus menetapkan harga yang tepat. Dengan adanya harga, konsumen dapat membandingkan jasa yang satu dengan yang lainnya, sehingga membantu konsumen menentukan keputusan pembelian. Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu. Harga yang ditawarkan kepada adalah Rp.25.000,00 – Rp.65.000,00 sesuai dengan jenis jasa yang di inginkan oleh pelanggan. Karena *Toms Clean* tidak hanya tempat untuk mencuci sepatu, akan tetapi *Toms Clean* bias juga melakukan *repaint* (*pengecatan ulang*), *recolour* (*mengganti warna sepatu*), dan *unyellowing* (*memutihkan sepatu putih yang telah menguning*).

Menurut Tjiptono (2001:151), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 62), harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk atau jasa.

Menurut Basu Swastha dan Irawan (2000 : 241), harga adalah sejumlah pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan kombinasi barang dan jasa. Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk dapat menggunakan suatu jasa. Penting bagi perusahaan menetapkan harga yang sesuai atau wajar dengan nilai (value) dari jasanya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN JASA LOUNDRY SEPATU TOMS CLEAN”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini akan difokuskan pada masalah yang terkait dengan keputusan pembelian pada konsumen Toms Clean. Sehingga didapat perumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa laundry *Toms Clean*
2. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa laundry *Toms Clean*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa laundry *Toms Clean*.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, promosi, dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa laundry *Toms Clean*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut diharapkan penelitian ini memberikan manfaat secara praktis dan teoritis. Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

#### **1. Manfaat Teoritis :**

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan tambahan informasi bagi penelitian dengan topik serupa di masa yang akan datang.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pihak Toms Clean dalam mengetahui factor yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa laundry sepatu Toms Clean. Sehingga dapat dijadikan strategi pemasaran di masa mendatang.

## **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan merupakan suatu pola dalam menyusun karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar bab demi bab. Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas beberapa hal seperti latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan secara keseluruhan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan teoritis variable – variable yang diteliti, telaah pustaka yang berisiakn tentang uraian sistematika mengenai hasil penelitian terdahulu, kerangka teoritis guna menganalisa suatu masalah, serta

hipotesis yang merupakan perumusan dari landasan teori dan merupakan jawaban sementara penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat tentang penjelasan mengenai gambaran teknik yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik ini merupakan uraian tentang kondisi objek dan subjek penelitian, proses penelitian, kondisi populasi, penentuan sampel, serta alat yang digunakan baik dalam pengumpulan data maupun analisis data.

### **BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang deskriptif objek penelitian yang meliputi deskripsi perusahaan analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan atau pembahasan hasil analisis data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran – saran bermanfaat untuk penelitian selanjutnya