

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era abad 21 ini semakin banyak bermunculan usaha-usaha yang ditekuni oleh anak muda jaman sekarang, salah satunya adalah dalam sektor pelayanan jasa. Saat ini banyak bermunculan usaha bidang jasa seperti cuci sepatu. Cuci sepatu saat ini jauh lebih modern dan lebih canggih dalam sistem pengerjaannya. Setiap perusahaan cuci sepatu memiliki keistimewaan tersendiri entah itu dari sudut pandang harga, kualitas layanan maupun sudut pandang yang lainnya. Hal ini dikarenakan untuk meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing.

Menurut Kotler & Keller (2006:57) adalah *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk), *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan), *referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan). Untuk dapat menjadi pelanggan yang loyal, seorang pelanggan harus memulai beberapa tahapan. Proses ini berlangsung lama dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Dengan memperhatikan masing-masing tahapan dan memenuhi kebutuhan dalam setiap tahap tersebut,

perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi pelanggan loyal dan klien perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam Loyalitas Pelanggan adalah Harga, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan. Pertama, yaitu harga, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Philip Kotler, 2008:345). Harga merupakan faktor ekstrinsik sebagai fungsi pengganti kualitas ketika pelanggan tidak memiliki informasi yang cukup mengenai atribut intrinsik sehingga pelanggan menggunakan harga untuk menduga kualitas ketika hanya hargalah yang diketahui. (dikutip oleh Pepadri 2002) menyatakan bahwa harga adalah pengorbanan pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan. Harga yang dimaksud bukanlah harga dalam bentuk nominal namun lebih cenderung diarahkan pada elemen-elemen program pemasaran seperti harga jual jasa, diskon dan system pembayaran yang diterapkan kepada pengguna jasa. Kedua, yaitu kualitas layanan, kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya

mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup (Kotler, Philip. 2002:83). Ketiga, yaitu kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan adalah Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Menurut (Kotler dan Armstrong. 2001:9) kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Demikian terjadi di wilayah solo ada banyak jasa cuci sepatu, salah satunya adalah *Clean and Bar Solo Paragon*. Loyalitas Pelanggan terhadap perusahaan jasa cuci sepatu *Clean and Bar* jika harga dan kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik. Harga dan kualitas sangat menentukan loyalitas pelanggan untuk tetap menggunakan jasa cuci sepatu *Clean and Bar Solo Paragon*.

Maka dari latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian mengenai “ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS *CLEAN AND BAR SOLO PARAGON*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan *Clean and Bar Solo Paragon*?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan *Clean and Bar Solo Pargon*?
3. Apakah ada pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Clean and Bar Solo Paragon*?
4. Apakah ada pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelangga *Clean and Bar Solo Paragon*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan *Clean and Bar Solo Paragon*?
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan *Clean and Bar Solo Paragon*?
3. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Clean and Bar Solo Paragon*?
4. Untuk menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Clean and Bar Solo Paragon*?

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan informasi mengenai pengaruh harga, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

E. Sitematika Penulisan

Untuk menyusun laporan penelitian dalam bentuk skripsi, sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka yang berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesa yang menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan dan penelitian terdahulu dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisa penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian. Selain itu dijelaskan profil singkat perusahaan, variabel penelitian, metode pengambilan sampel, jenis data yang digunakan beserta sumbernya, teknik pengumpulan data, dan metode analisa yang digunakan untuk menganalisa hasil pengujian sampel.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskriptif obyek penelitian, analisa data dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang simpulan atas hasil pembahasan analisa data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya