

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis wirausaha laundry saat ini sangat pesat. Bisnis yang bergerak pada pelayanan jasa ini memiliki peluang yang sangat bagus. Masyarakat kota yang semakin sibuk dengan berbagai pekerjaan, membuat usaha jasa laundry semakin dibutuhkan. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya minat membuat atau membuka usaha jasa laundry. Para pelaku bisnis dapat meningkatkan kualitas serta konsisten untuk menjaga kepercayaan pelanggan baik dalam hal kualitas maupun pelayanannya, agar pelanggan tertarik untuk menggunakan jasa laundry tersebut. Selain itu, pengelolaan laundry yang dilakukan menggunakan strategi tertentu akan memberikan kemajuan pada usaha tersebut. Dalam penelitian ini variabel yang difokuskan yaitu mengenai pengaruh harga, kualitas jasa, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa laundry serta masing-masing menawarkan keunggulan demi menarik minat pelanggan.

Banyaknya pesaing dibidang jasa laundry menyebabkan perusahaan harus melakukan persaingan dengan ketat, agar perusahaan secara terus menerus dapat memberikan yang terbaik untuk pelanggan, serta pelanggan tersebut merasa cukup puas menggunakan jasa laundry. Harga adalah suatu nilai yang mencakup seberapa besar dana yang dikeluarkan pelanggan dalam

menggunakan jasa laundry, apakah terjangkau atau tidak. Harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menjadikan harga yang terjangkau akan membuat seseorang merasa tertarik untuk mencobanya. Apalagi untuk pendapatan masyarakat perkotaan yang mayoritas tinggi, akan memudahkan perusahaan dalam melakukan atau menetapkan standar harga yang baik.

Kualitas jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas jasa menggambarkan seberapa penting pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, apakah pelayanan yang diberikan memuaskan atau tidak. Hal ini berkaitan dengan harapan pelanggan yang menginginkan kepuasan terhadap jasa yang mereka gunakan. Dalam era modern seperti sekarang perusahaan dituntut untuk efektif dan efisien dalam melakukan suatu pekerjaan. Hal ini menyebabkan perusahaan harus selalu menjaga kualitas jasa mereka seperti memberikan informasi yang jelas dan jujur dalam melakukan pelayanan. Dengan begitu akan membuat pelanggan tersebut merasa puas terhadap kinerja perusahaan. Dalam bisnis jasa, promosi digunakan perusahaan untuk menarik minat dan perhatian pelanggan seperti memberikan potongan harga atau memfasilitasi pelanggan dengan sistem antar jemput sehingga memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasa laundry. Dengan strategi promosi yang menarik akan membuat pelanggan merasa tertarik dan percaya menggunakan jasa laundry tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah respon yang ditunjukkan konsumen terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan tingkat

kepuasan mereka. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Perusahaan harus memiliki berbagai strategi yang dapat memberikan kelebihan terhadap bisnis tersebut. Perusahaan harus memberikan yang terbaik untuk para pelanggan agar menarik minat pelanggan. Dengan mengedepankan harga, kualitas jasa, dan promosi agar menciptakan kepuasan dalam menggunakan jasa laundry. Dalam bisnis, perusahaan yang baik harus diikuti dengan langkah pemasaran yang baik. Oleh karena itu strategi pemasaran yang diterapkan harus tepat.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Jasa, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Laundry”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, maka akan dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah harga, kualitas jasa, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Manakah diantara ketiga variabel independen tersebut yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk menganalisis adanya pengaruh harga, kualitas jasa, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk menganalisis manakah diantara ketiga variabel independen tersebut yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan khususnya dalam menghasilkan konsep mengenai harga, kualitas jasa, promosi, kepuasan pelanggan, dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan dimasa mendatang yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan bacaan, memberi informasi, menambah wawasan atau ilmu pengetahuan dan sebagai referensi untuk perbandingan dalam pelaksanaan penelitian dimasa mendatang.

4. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan kajian ilmu manajemen, khususnya dalam menghasilkan konsep kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang manajemen pemasaran, pengertian kepuasan pelanggan, pengertian harga, pengertian kualitas jasa, pengertian promosi, hasil penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional dan indikator, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan, keterbatasan penelitian serta beberapa alternatif pemecahan masalah berupa saran-saran.