

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat pada era sekarang ini memiliki waktu dan tenaga yang terbatas untuk melakukan aktifitas-aktifitas tertentu yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti bekerja, sekolah maupun melaksanakan kegiatan lain, karena itulah sifat konsumtif masyarakat dan ketertarikan masyarakat terhadap berbagai macam jenis jasa yang mampu membantu serta menghemat waktu mereka menjadi suatu pilihan. Dikarenakan semakin banyaknya pelanggan yang membutuhkan jasa maka pertumbuhan dan perkembangan dalam perkembangan jasa juga semakin ketat. Payne (1993) dalam (Peter et al., 2021), merumuskan jasa sebagai aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) *intangibile* yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan pelanggan atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan dalam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa memiliki atau bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik.

Banyaknya bisnis jasa sekarang ini yang terus tumbuh dan berkembang, pelaku bisnis jasa harus bisa berfikir keras untuk bisa memberikan keunggulan pelayanan dan kualitas yang terbaik untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Menurut Sudaryono (2021) kepuasan adalah hasil dari penilaian pelanggan bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di

mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Setyobudi & Daryanto (2020) menjelaskan bahwa pelanggan adalah pembeli yang bergantung pada barang atau jasa yang digunakan. Keputusan pelanggan adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Untuk memancing pelanggan meningkatkan minat belinya bukanlah hal yang mudah, keputusan pembelian bisa berubah karena banyaknya faktor yang mempengaruhinya, Baik faktor dari dalam diri pelanggan sendiri maupun rangsangan dari pembisnis luar atau competitor, maka agar dapat memenangkan persaingan pembisnis harus mampu mengidentifikasi perilaku pelanggan.

Merancang strategi pemasaran adalah cara yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam memilih jasa. Lewis dan Booms (2020) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Mengacu pada definisi tersebut, Tjiptono (2022) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan begitu memberikan pelayanan yang baik ini bertujuan untuk memperoleh manfaat yang besar.

Untuk mendapatkan pelayanan yang baik, dibutuhkan kesungguhan yang berkualitas yang dapat diandalkan, dengan begitu pelanggan akan puas dan

memberikan loyalitas mereka ke pembisnis. Menurut Rangkuti Freddy (2020) loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan, merek maupun produk. Sutisna (2020) mendefinisikan loyalitas adalah sikap menyenangi terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu.

Bisnis *laundry* sepatu atau jasa cuci sepatu ini mulai banyak bermunculan di kota-kota besar di Indonesia. Sifat konsumtif masyarakat dan ketertarikan masyarakat terhadap berbagai macam jenis sepatu membuat bisnis ini ada dan terus berkembang. Para pelaku bisnis cuci sepatu berlomba-lomba untuk menarik perhatian calon pelanggannya dengan berbagai inovasi-inovasi baru yang terus dikembangkan.

Perusahaan jasa seperti *Youth Clean* ini juga harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dalam menggunakan jasa adalah kualitas pelayanan. Dalam misi ini memberikan pelayanan yang baik, dibutuhkan kesungguhan yang dapat diandalkan.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh pihak *Youth 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 pelanggan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa *laundry*

sepatu. Menurut Tjiptono (2019) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali pelanggan akan merek dan produk perusahaan. Dengan ketatnya persaingan, strategi promosi yang tepat juga dapat membentuk minat dalam menggunakan sebuah jasa. faktor tersebut sangat berpengaruh agar pelanggan berminat untuk menggunakan jasa karena promosi yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang didapatkan.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan permasalahan diatas, maka berdasarkan permasalahan tersebut layak melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN JASA LAUNDRY SEPATU YOUTH CLEAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa *laundry* sepatu *Youth Clean*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa *laundry* sepatu *Youth Clean*?
3. Apakah loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa *laundry* sepatu *Youth Clean*?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa

laundry sepatu Youth Clean?

5. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa *laundry Youth Clean?*
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa *laundry sepatu Youth Clean* dengan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi?
7. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa *laundry sepatu Youth Clean* dengan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan dijawab, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jasa *laundry sepatu Youth Clean*.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa *laundry sepatu Youth Clean*.
3. Untuk menganalisis pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan jasa *laundry sepatu Youth Clean*.
4. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan jasa *laundry sepatu Youth Clean*.
5. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan jasa *laundry sepatu Youth Clean*.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

pelanggan jasa *laundry* sepatu *Youth Clean* dengan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi.

7. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan jasa *laundry* sepatu *Youth Clean* dengan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi yang memerlukan sehingga penelitian ini mempunyai manfaat yang optimal baik secara teoritis atau praktis.

a. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen pemasaran kaitannya dengan pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.
2. Dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang penelitian ini, dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melaksanakan penelitian selanjutnya.
3. Dapat memperbaiki maupun menyempurnakan kelemahan dalam penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1. Akademis

Sebagai informasi dan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

2. Lembaga

Diharapkan bisa menjadi masukan yang berguna bagi perusahaan atau lembaga dalam pengetahuan dan informasi secara khusus untuk *Youth Clean*.

3. Masyarakat

Dapat memberikan informasi dan memperluas wawasan dalam penelitian ini, dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam menyajikan gambaran tentang penjelasan yang dilakukan penulis dalam penelitian ini, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami permasalahan penelitian. Secara umum sistematika penulisan ini terdiri dari 5, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menerangkan tentang kajian yang mendukung penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang uraian hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan metode yang telah ditetapkan dalam bab tiga. Hasil pengujian ini menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan pada penelitian yang telah diuji dan saran bagi peneliti selanjutnya..