

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Intensitas persaingan yang semakin meningkat menuntut suatu perusahaan untuk merancang strategis bersaing dalam dunia bisnis. Dimana dengan melihat perkembangan teknologi yang semakin berkembang, salah satu persoalan dalam dunia bisnis yang perlu diperhatikan oleh hampir semua perusahaan yaitu mengenai kualitas, baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan eksistensi perusahaan yang maksimal dalam melayani konsumen. Karena faktor keberhasilan suatu perusahaan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri dalam melayani para konsumen. Melayani konsumen dengan baik merupakan bukti bahwa perusahaan memiliki kualitas layanan yang baik dalam kinerjanya yang membuat konsumen merasa nyaman dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang baik bagi konsumen.

Untuk meningkatkan permintaan akan produk dan jasa, perusahaan harus terus menerus mempelajari sikap pelanggan yang setiap saat dapat berubah seiring dengan perubahan lingkungan dan sekitarnya. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan, karena loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Dengan adanya loyalitas pelanggan dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Dimana seorang pengusaha

sangat mengharapkan akan dapat mempertahankan pelanggannya dalam waktu yang lama. Hal ini dikarenakan pelanggan akan semakin sering membeli produk/jasa, dalam jumlah yang lebih banyak, dan cenderung untuk mencoba produk lain yang ditawarkan perusahaan sehingga akan menurunkan biaya pemasaran dan penjualan dengan adanya informasi dari mulut ke mulut (*wort of mouth-WoM*) yang positif.

Pelanggan yang loyal secara tidak langsung dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasa kepada orang-orang terdekatnya. Tentu hal ini sangat membantu perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru. Dengan kata lain, orang yang loyal terhadap suatu produk maka ia akan sangat setia terhadap produk tersebut. Seorang pelanggan itu dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal apabila seorang pelanggan tersebut mempunyai komitmen yang kuat untuk terus menggunakan jasa perusahaan tersebut secara rutin.

Loyalitas konsumen adalah situasi ideal yang paling diharapkan para pemasar, dimana konsumen bersifat positif terhadap produk atau produsen dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan.

Menurut buku manajemen pemasaran Philip Kotler (2009:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja produk atau hasil terhadap

ekspektasi mereka. Pelanggan akan merasa puas apabila produk/jasa yang mereka konsumsi memenuhi kualitas yang mereka harapkan, artinya pelanggan merasa puas atau tidak puas bila telah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan apa yang diharapkan.

Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.

Usaha laundry saat ini sedang berkembang dan semakin banyak di Indonesia baik laundry kiloan maupun laundry satuan. Mengingat pasarnya masih sangat terbuka, selain mudah aplikasinya, modal yang diperlukan juga tidak begitu besar. Jika laundry modern menggunakan mesin laundry besar, sebaiknya laundry kiloan cukup memanfaatkan mesin cuci rumahan yang banyak dipasaran. Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia yang cenderung menyukai hal yang praktis dan hemat waktu, semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa laundry. Hal ini mendorong para pengusaha di bidang jasa laundry untuk menawarkan kelebihan-kelebihannya yang diharapkan menjadi

pertimbangan bagi pengguna jasa laundry untuk pencucian dan perawatan pakaian.

Tingginya persaingan dalam usaha laundry menuntut kreativitas dari pemilik usaha laundry untuk mempertahankan konsumennya. Hal tersebut merupakan pekerjaan yang sulit bagi pemilik usaha laundry tersebut. Loyalitas yang tertanam dari diri konsumen akan dapat menjadikan konsumen berusaha dan memiliki hasrat yang kuat untuk mempertahankan eksistensinya dengan penyedia jasa guna menggunakan kembali barang atau jasa yang pernah dikonsumsi dari produsen. Loyalitas konsumen terhadap perusahaan dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan yang telah diraih perusahaan dalam mempertahankan konsumennya.

Loyalitas konsumen menunjukkan bahwa loyalitas konsumen adalah hasil dari kepuasan konsumen. Betapa pentingnya loyalitas konsumen bagi perkembangan dan keberlangsungan perusahaan. Perusahaan yang dapat menciptakan loyalitas konsumen adalah perusahaan yang berhasil dalam proses pemasarannya. Keberhasilan tersebut akan dirasakan setelah konsumen kembali menggunakan barang atau jasa dan enggan untuk menggunakan penyedia barang atau jasa lainnya. Cara yang paling mudah digunakan untuk membentuk loyalitas konsumen dapat dimulai dengan memberikan kualitas produk/jasa yang lebih unggul jika dibandingkan dengan produk lain yang sejenis, memberikan pelayanan yang baik dan harga yang relative murah atau setidaknya pada taraf yang sama.

Kualitas layanan pada dasarnya merupakan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya yang disertai dengan upaya yang profesional dan menyiapkan layanan untuk memuaskan konsumen. pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerima. Pelayanan yang baik juga menjadi kewajiban utama Rarisa Fresh Laundry karena mereka menyadari bahwa pelanggan itu adalah raja sehingga selalu berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan dengan selalu ramah, sigap dan selalu memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan.

Rarisa Fresh Laundry merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang jasa pencucian pakaian yang tengah bersaing dalam usaha jasa saat ini. Untuk tetap menarik hati

pelanggannya agar melakukan pembelian jasa, selain memberikan pelayanan yang baik, salah satu strategis yang diberikan adalah meningkatkan kepuasan pelanggan. Rarisa fresh Laundry juga menawarkan dan memberikan jasa pelayanan prima berupa jemput dan antar hasil laundry ke alamat pelanggan bagi pelanggan tetap, memberikan pelayanan dan jasa yang berkualitas, dimana seorang pelanggan bisa mendapatkan

pelayanan yang ramah dan hasil jasa yang bersih, rapi dan wangi. Dari hal tersebut loyalitas konsumen ditentukan oleh bnyak faktor, dari

segi

yang

Bulan	Data Pelanggan Tetap
Januari	97
Februari	112
Maret	101
April	82
Mei	122
Juni	155
Juli	109
Agustus	124
September	120
Oktober	117
November	127

pelayanan

hingga hasil

diterima oleh

konsumen

tersebut.

Untuk

menentukan

pengaruh

tingkat

loyalitas dan kepuasan konsumen dapat dilihat dari tabel 1 yang merupakan tabel data pelanggan tetap yang setiap satu bulannya yang menggunakan jasa Rarisa Fresh Laundry pada tahun 2016 dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 1 : Data Pelanggan Tetap Tahun 2016

Desember	125
Total	1.391

Sumber : Rarisa Fressh Laundry tahun 2016

Dari tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa di rarisa fressh laundry terdapat pelanggan tetap. Yang dimaksud pelanggan tetap adalah pelanggan yang sudah berlangganan tetap dan tidak berpindah-pindah dari jasa rarisa fressh laundry. Data pelanggan tetap yang paling banyak menggunakan jasa rarisa fressh laundry yaitu Pada bulan November dengan total 127 pelanggan. Sedangkan Data pelanggan tetap yang terendah yaitu pada bulan april dengan total 82 pelanggan. Pelanggan dari rarisa fressh laundry itu sendiri kebanyakan dari mahasiswa karena usaha laundry tersebut berlokasi di belakang kampus uir.

Saat ini banyak terdapat beberapa perusahaan jasa laundry, sehingga hal tersebut mendorong Rarisa Fressh Laundry harus dapat bersaing dan mempertahankan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan atau pihak Rarisa Fressh Laundry dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian secara berulang dan terciptanya loyalitas pelanggan. Oleh

karena itu, penulis memilih Rarisa Fresh Laundry sebagai tempat melaksanakan penelitian karena lokasinya sangat strategis, mudah dijangkau, dan telah dipercaya oleh banyak konsumen.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan-permasalahan yang sudah di uraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Rarisa Fresh Laundry di Marpoyan Pekanbaru**”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di uraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian ini adalah apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Rarisa Fresh Laundry di Marpoyan Pekanbaru.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada usaha rarisa fresh laundry di marpoyan pekanbaru.
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada usaha rarisa fresh laundry di marpoyan pekanbaru.

3. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha raris fresh laundry di marpoyan pekanbaru.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat pada berbagai pihak diantaranya :

1. Bagi perusahaan. Diharapkan penelitian dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan membantu perusahaan untuk menilai sejauh mana kepuasan mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan.
2. Bagi penulis. Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi wadah untuk menuangkan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama mengikuti perkuliahan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Bagi pihak lain. Khususnya kalangan akademis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan atas referensi dalam melakukan penelitian yang lebih kepada kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

1.4.Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Bab ini menyajikan tinjauan dan landasan teoritis yang menyangkut permasalahan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang lokasi / objek penelitian, jenis dan sumber data, Teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang sejarah, visi, dan misi perusahaan, aktifitas Perusahaan dan struktur organisasi.

BAB V : ANALISIS DATA

Bab ini berisi dengan deskripsi data, hasil pengujian data, analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.



Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau