

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jasa laundry merupakan salah satu bisnis jasa yang memiliki prospek yang bagus saat ini. Karena masyarakat kota yang semakin sibuk, membuat usaha jasa laundry semakin diminati dan persaingan perusahaan penyedia jasa sejenis semakin ketat sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen terus berlangganan untuk menggunakan jasa laundry tersebut. Besar dan suksesnya suatu perusahaan karena adanya usaha yang terus menerus konsisten untuk menjaga kepercayaan pelanggan baik menyangkut mutu pelayanan maupun pengerjaan pesanan yang tepat waktu merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik, konsisten dengan kualitas, performer outlet yang baik, serta memiliki SDM (Sumber Daya Manusia) yang sesuai dengan keterampilan dan kompetensinya dengan dibantu mesin – mesin yang modern dan canggih agar pelanggan dapat mempercayai pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan, dengan begitu perusahaan akan mendapat nilai atau persepsi yang baik dari konsumen karena semakin baik nilai yang diberikan konsumen kepada perusahaan maka dapat di pastikan citra perusahaan akan semakin baik. Kotler & Keller (2012:125) definisi dari nilai konsumen adalah “Hasil penilaian atas perspektif konsumen mengenai perbedaan dari semua manfaat yang didapat oleh konsumen dengan biaya yang ditawarkan dibandingkan pada alternatifnya”. Nilai konsumen pada Laundry Syariah memiliki dampak yang besar pada kelangsungan bisnis tersebut. Sebab, apabila nilai yang diberikan konsumen bersifat positif maka konsumen akan

semakin loyal pada layanan jasa Laundry Syariah. Namun, apabila konsumen memberikan nilai yang bersifat negatif maka akan menyebabkan konsumen tidak menggunakan layanan jasa Laundry Syariah dan mencari penyedia jasa laundry yang lain.

Terbentuknya Perusahaan Penyedia Jasa Laundry Syariah di tengah masyarakat merupakan sebuah solusi bagi yang menginginkan jasa mencuci dalam skala besar, khususnya bagi penghuni kos dan perantau. Perusahaan Laundry Syariah ini bertujuan untuk memudahkan konsumen yang sibuk dengan rutinitas sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk mencuci dan menyeterika pakaian. Dengan tarif dan jenis - jenis paket yang disediakan oleh Laundry Syariah, diharapkan mampu memudahkan konsumen untuk mencuci pakaian dengan tarif kiloan dengan harga yang relatif terjangkau. Perusahaan Laundry Syariah beralamat di Jalan Raya Kedamean, No. 34 Kedamean Gresik ini didirikan di lokasi yang strategis dan berpotensi memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen sekitar wilayah tersebut, dengan harapan bahwa konsumen tidak kesulitan untuk mencuci di tengah kesibukan rutinitas bekerjanya.

Laundry Syariah memiliki beberapa kelebihan, diantara lain :

1. Laundry Syariah menggunakan air yang suci dan mensucikan. Contohnya air sungai, air sumur, dan lainnya yang sudah ditentukan agama.
2. Jumlah airnya harus mencapai dua *Qullah* atau lebih. *Qullah* adalah ukuran bangsa arab jaman dahulu. Jika dikonversi ke ukuran liter adalah 192 liter.
3. Laundry Syariah menggunakan setrika uap sehingga pakaian lebih rapi.

4. Laundry Syariah menerapkan sistem *delivery* sehingga konsumen tidak perlu datang ke tempat laundry untuk mengambil pakaian mereka.

Perusahaan ini didukung dengan pelayanan sistem antar dan jemput dan dikerjakan oleh staff profesional dengan didukung mesin – mesin yang canggih. Prosedur kerja yang tepat mempengaruhi efektivitas dan terkontrolnya order yang masuk sehingga diperoleh pengerjaan yang tepat waktu dalam proses pencucian, proses pengeringan, proses seterika, hingga proses pengepakan. Kualitas layanan sangat dibutuhkan terutama di industri jasa, mengingat konsumennya mempunyai keinginan yang selalu ingin dipenuhi dan dipuaskan. Menurut Tjiptono (2014 : 268) “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Konsumen selalu mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal dari penyedia jasa dalam hal ini mereka ingin diperlakukan secara profesional serta memperoleh sesuatu sesuai dengan yang diharapkan. Tantangan utama yang dihadapi oleh jasa laundry adalah bagaimana kualitas layanan yang prima dengan apa yang diharapkan konsumen.

Setiap perusahaan mempunyai tugas untuk terus mempertahankan kualitas pelayanan, menciptakan nilai konsumen yang baik terhadap suatu produk atau jasa dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Menurut Oliver dalam Ratih Hurriyati (2014:432) loyalitas pelanggan adalah “komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk perubahan perilaku”. Loyalitas yang dimaksud

bukan sekadar mengonsumsi produk terus-menerus (*repeat buying*), tetapi lebih dari itu pelanggan dapat melakukan *referral* (merefereasikan ke orang lain) dan menjadi advokator bagi produk yang digunakannya. Loyalitas merupakan inti dari ekuitas sebuah merek yang menjadi gagasan sentral dalam pemasaran, karena hal ini merupakan satu ukuran keterkaitan seorang pelanggan pada sebuah produk. Apabila loyalitas meningkat, maka kerentanan kelompok pelanggan dari serangan kompetitor dapat dikurangi. Berdasarkan uraian diatas peneliti berpendapat layak untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pencucian Pakaian Laundry Syariah”**

1.2 Perumusan masalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pencucian pakaian laundry syariah ?
2. Apakah terdapat pengaruh nilai konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pencucian pakaian laundry syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan nilai konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pencucian pakaian laundry syariah ?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pencucian pakaian laundry syariah.

2. Untuk menganalisis apakah nilai konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pencucian pakaian laundry syariah.
3. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan dan nilai konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pencucian pakaian laundry syariah.

1.4 Manfaat penelitian

1. Untuk penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, hasil penelitian ini juga bisa menambah pengetahuan dan wawasan ilmu manajemen pemasaran dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori yang diperoleh selama kuliah dan membantu memecahkan permasalahan yang ada.

2. Untuk Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipergunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sehingga bisa dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain pengembangan ilmu pengetahuan.

3. Untuk perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan agar bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan kualitas pelayanan dan nilai konsumen terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pencucian pakaian laundry syariah.

(HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN)