

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di era globalisasi sekarang ini membawa dampak yang sangat besar dan peluang bisnis yang semakin banyak. Sebaliknya semakin besarnya peluang usaha semakin banyak pesaing - pesaing baru yang berdatangan dan persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksi. Hal seperti ini menuntut perusahaan untuk menciptakan dan memberikan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya supaya bisa bersaing secara baik dengan perusahaan - perusahaan lain yang berkecimpung di dalam bidang yang sama. Agar perusahaan bisa berkembang dan ingin memberikan keunggulan kompetitif harus dapat memenuhi produk atau jasa yang berkualitas terhadap pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan memunculkan loyalitas kepada konsumen.

Penyedia barang kepada konsumen merupakan salah satu bentuk untuk memenuhi kebutuhan diatas, usaha seperti ini sering disebut dengan grosir dan ritel atau pengecer. Grosir yang artinya mendistribusikan, yang artinya menjual suatu barang ke konsumen asal tetapi konsumen yang berwiraswasta atau membuka suatu usaha, di mana seorang konsumen membeli suatu barang yang sangat banyak, sehingga harga yang ditawarkan oleh produsen sangat murah. Ritel atau eceran memiliki arti yaitu aktivitas perniagaan yang melibatkan penjualan barang atau penawaran jasa secara langsung kepada konsumen akhir. Barang yang dibeli dari bisnis ritel akan digunakan konsumen sebagai konsumsi pribadi atau keperluan keluarga dan rumah tangga, bukan untuk dijual kembali. Oleh

karena itu, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggannya.

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Menurut Menurut Lewis dan Booms dalam (Apriyanti et al., 2017), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan kunci kesuksesan suatu perusahaan terutama di bidang grosir dan ritel. Kualitas pelayanan yang baik dapat bersaing dengan perusahaan pesaing dan menjadi keunggulan bagi perusahaan grosir dan ritel atau pengecer. Kualitas pelayanan yang baik juga dapat memberikan dampak yang baik bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik dari kualitas pelayanan, produk atau jasa itupun tergantung dari produsen gimana memenuhi kebutuhan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa secara tidak langsung akan memberikan dampak baik kepada perusahaan dan konsumen pun akan menjadi loyal kepada perusahaan, dan memberikan timbal balik kepada perusahaan secara tidak langsung konsumen akan merekomendasikan perusahaan kepada tetangga dan teman – teman, bahkan akan memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen. Permasalahan dari toko Hidayah sendiri pelayanan yang kurang maksimal yang memberi dampak kepada perusahaan. Untuk populasi dari penelitian ini semua pelanggan toko Hidayah Toys Surabaya, teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*.

Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Erni Setyowati, dan Wiyadi (2016) meneliti tentang “Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan

sebagai variabel pemediasi". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Suratno, Aziz Fathoni, Andi Tri Haryono (2016) meneliti tentang "Pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terdapat pengaruh yang signifikan

Meskipun terdapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, namun demikian terdapat hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Ade Risman Rivai, Triyono Arief Wahyudi (2017) tentang "Pengaruh persepsi kualitas, citra merek, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi". Yang menyatakan bahwa kurang berpengaruh signifikan antara persepsi kualitas dengan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan memiliki faktor yang sangat penting agar yang harus diperhatikan oleh perusahaan jika ingin mempunyai pelanggan yang loyalitas kepada perusahaan. Menurut Lewis dan Booms dalam (Faizal & Nurjanah, 2019), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Setiap perusahaan harus memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik agar pelanggan merasa puas, mengingat kembali perusahaan harus mampu mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang sangat ketat. Agar memenangkan

persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Permasalahan dari toko Hidayah sendiri adanya komplek lainnya dari seragam dan produk. Berbagai cara yang akan harus dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan kebutuhan konsumen agar merasa puas dan perusahaan akan memberikan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Apabila konsumen telah berubah menjadi pelanggan yang loyal karena merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka pelanggan tidak akan pindah ke perusahaan lain. Menurut Kurniasih dalam (Salim et al., 2019) loyalitas pelanggan dengan mendefinisikan bahwa pelanggan yang loyal tidak diukur dari berapa banyak membeli, tetapi dari berapa sering melakukan pembelian ulang, termasuk merekomendasikan orang lain untuk membeli. Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa mendatang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk.

Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian lain yang di lakukan oleh Dwi Danesty Deccasari (2018) tentang “Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada jasa transportasi ojek online (Studi Kasus Pada Konsumen Gojek Malang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian lain yang dilakukan Muhammad Rizal Afandi, Trias Setyowati dan Nur Saidah (2019) tentang “Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember”. Menyatakan

bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang berbeda dilakukan oleh Fredi Pradana (2018) tentang “Pengaruh manajemen hubungan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kualitas pengalaman terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada nasabah PT Fac Sekuritas Indonesia di Yogyakarta” yang menyatakan kepuasan memiliki efek negatif dan tidak signifikan pada loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan memberikan dampak yang sangat menentukan didalam pemasaran, sebaliknya juga kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa memberikan kehancuran kepada perusahaan dimasa mendatang. Dalam persaingan pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling berhubungan, apabila perusahaan meningkatkan kepuasan pada pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan lebih meningkat dan sebaliknya apabila perusahaan menurunkan kepuasan pada pelanggan maka secara otomatis loyalitas pelanggan juga akan menurun. Jadi suatu hal ini kepuasan pelanggan merupakan salah satu penyebab terjadinya loyalitas pelanggan. Penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas terhadap pelanggan Toko Hidayah Toys Surabaya, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko Hidayah Toys Surabaya, sampel yang diambil berjumlah 84 responden, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*.

Loyalitas pelanggan dapat diartikan dengan kesetiaan seseorang terhadap suatu produk atau perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan perwujudan dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam memberikan fasilitas ataupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, dan akan menjadi

pelanggan dari perusahaan itu. Loyalitas konsumen sangatlah berpengaruh oleh kemajuan usaha sebuah perusahaan oleh karena itu biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan satu orang konsumen jauh lebih besar bila dibandingkan biaya yang di keluarkan untuk mempertahankan konsumen yang loyal. Kehilangan konsumen dapat memberikan perusahaan menjadi goyang atau diambang kebangkrutan. Karena itu, perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan konsumennya dengan cara memberikan loyalitas yang lebih baik. Memberikan loyalitas bukanlah hal yang sangat mudah, perusahaan harus menerapkan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan agar menimbulkan pelanggan yang loyalitas terhadap perusahaan. Permasalahan yang di alami toko Hidayah sendiri adanya komplek diantaranya harga yang sering naik dan kesediaan barang yang sering habis.

Usaha mainan sudah banyak sekali Indonesia salah satunya di kota Surabaya. Persaingan yang sangat ketat memberikan tantangan tersendiri bagi perusahaan "Hidayah Toys Surabaya". Agar bisa memenangkan persaingan ini perusahaan ini tidak menjual mainan saja tetapi berbagai macam seperti alat tulis, boneka, accesories dll. Tetapi perusahaan ini yang sangat di unggulkan yaitu mainannya karena sejak tahun 1992 yaitu berdirinya toko ini sudah menjual mainan dan berbagai macam mainan. Toko Hidayah Toys terletak di kecamatan Jambangan kelurahan Pagesangan no.56 yang didirikan atau dipimpin oleh Bpk. H. Fauzi. Di tahun 2020 kepemimpinan sudah di berikan ke ponakan yaitu Muhammad Nashrudin tetapi masih dipantau oleh Bpk. H. Fauzi selaku pemilik utama toko tersebut demi kelancaran perusahaan tersebut. Toko Hidayah Toys dulunya memiliki beberapa cabang

dikota - kota diantaranya Sidoarjo, Krian, Tulungagung, dan Blitar yang berpusat di Surabaya. Untuk dicabang Sidoarjo, Krian dan Blitar diberikan keponakan yang satunya bernama Bpk. Hidayat yang sekarang bernama "UD. Ramika". Untuk Surabaya dan Tulungagung dipegang oleh Bpk. Nashrudin yang bernama "Hidayah Toys".

Berdasarkan wawancara dengan Manajer toko Hidayah Toys Muhammad Nashrudin mengatakan bahwa mempunyai peluang dan tantangan seperti toko lainnya. Hidayah Toys tidak hanya berfokus ke mainan saja tetapi ada perlengkapan bayi, berbagai alat tulis (sekolahan), baju dewasa dan baju anak - anak, dan tidak hanya itu tapi toko Hidayah Toys menyediakan grosir juga. Usaha ini didirikan dengan prioritas utama yaitu kepuasan bagi konsumen. Tentunya terus memberikan kualitas layanan terbaik kepada konsumen agar terciptanya loyalitas dan kepuasan pelanggan yang berbelanja di perusahaan ini. Namun disisi lain banyaknya peluang usaha ini toko Hidayah mengalami pasang surut pendapatan.

Untuk menjamin kelangsungan bisnis saat ini adalah dengan berusaha untuk mempertahankan loyalitas dari pelanggan lama. Salah satu cara yang dapat di tempuh Toko Hidayah adalah dengan menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga diharapkan dapat berdampak positif terhadap loyalitas mereka sebagai pelanggan Toko Hidayah Toys. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimanakah tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan Toko Hidayah Toys dan penilaian mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Hidayah Toys sebagai perusahaan yang menyediakan antara lain maianan, perlengkapan bayi, accecoris, alat tulis, baju, krudung dan boneka. Judul yang

diambil untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:
“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO HIDAYAH TOYS SURABAYA”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar beakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di toko Hidayah Toys Surabaya?
2. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan di toko Hidayah Toys Surabaya?
3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan di toko Hidayah Toys Surabaya?
4. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi?

1.3 Tujuan Peneletian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di toko Hidayah Toys Surabaya
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di toko Hidayah Toys Surabaya
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di toko Hidayah Toys Surabaya
4. Untuk mengetahui pengaruh mediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan toko Hidayah Toys Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan ini berharap bahwa penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan lebih dalam mengenal tentang usaha di bidang manajemen pemasaran wawasan lebih luas tentang kualitas pelayanan, loyalitas dan kepuasan pelanggan di sebuah perusahaan atau ditoko.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian saya semoga bisa membuat bahan pertimbangan di perusahaan ini atau mempertimbangkan perencanaan untuk masalah yang akan dihadapi terutama di bagian kualitas pelayanan, loyalitas dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adibuana Surabaya

Hasil Penelitian ini semoga bisa membuat referensi untuk adik – adik yang mau skripsi dan menambah wawasan yang lebih luas dan diharapkan memberikan kontribusi, mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adibuana Surabaya.

