

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin ketat membuat produsen diharuskan untuk menghasilkan produk yang beraneka ragam dan mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Dimana setiap perusahaan dituntut untuk dapat membuat produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan memenuhi keinginan konsumen yang semakin kompleks. Serta berusaha menciptakan berbagai produk yang berbeda dari pesaing, sehingga membuat masyarakat dapat menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhannya. Terlebih lagi kualitas pelayanan begitu baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan lebih kepada pelanggan yang menggunakan produk maupun jasa pada perusahaan tersebut.

Dalam era modern seperti saat ini perusahaan di tuntut untuk adanya perubahan dalam segala bidang salah satunya bidang pemasaran. Bisa dilihat sekarang semakin tinggi tingkat persaingan di dunia bisnis saat ini dan dimana kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Cara untuk mencapai hal itu, para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasar. Strategi pemasaran yang tepat merupakan hal penting yang mendukung pelaku bisnis untuk mampu bersaing dengan pesaing dan juga agar tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai dengan baik.

Seiring dengan kemajuan pada era modern saat ini, aroma wewangian untuk tubuh atau parfum merupakan

kebutuhan yang diminati banyak orang karena parfum dinilai dapat merubah penampilan seseorang, parfum itu sendiri menjadi indikator status sosial seseorang yang dijadikan sebagai alat tolak ukur diri, sehingga parfum dapat dikatakan sebagai kebutuhan sekunder bagi beberapa orang. Dengan melihat peluang seperti itu para perusahaan memulai berinovasi mengembangkan produk parfum yang banyak diminati banyak kalangan apalagi dengan harga dapat dijangkau dari semua kalangan dengan kualitas serta aromanya mirip dengan parfum-parfum yang mahal.

Demikian halnya pada Ningrat Parfume, sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan berbagai parfum dengan bahan dasar utamanya yang memanfaatkan bibit parfum, sehingga dapat menghasilkan aroma parfum yang mirip dengan parfum-parfum mahal aslinya. Toko Ningrat parfume itu sendiri memiliki tiga cabang yang tersebar di area Jawa Timur untuk memaksimalkan penjualan, salah satunya di Surabaya, karena semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan dari bisnis yang sama, maka membuat pengusaha dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Seperti halnya kualitas layanan yang diberikan oleh toko Ningrat Parfume yang tidak pernah mengecewakan pelanggannya terlebih lagi kepuasan dan kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan untuk perusahaan tersebut menghasilkan nilai tambah tersendiri untuk perusahaan Ningrat Parfume tersebut. Sehingga perusahaan perlu mencermati tiap perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan dan perilaku pembelian yang konsisten.

Berikut merupakan pendapatan bersih Ningrat Parfume Surabaya pada tahun 2020 disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Pendapatan Bersih Ningrat Parfume Surabaya Periode Tahun 2021

Bulan	Pendapatan (Dalam Rupiah)
Januari	2.500.000
Februari	2.650.000
Maret	3.400.000
April	2.550.000
Mei	3.200.000
Juni	3.250.000
Juli	3.500.000
Agustus	3.600.000
September	3.100.000
Oktober	4.200.000
November	4.250.000
Desember	4.400.000

Sumber: Data Primer

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa penjualan produk parfum pada Ningrat Parfume Surabaya pada Tahun 2021 terus mengalami kenaikan pada setiap bulannya, hal tersebut mengindikasikan bahwa Ningrat Parfume Surabaya mampu untuk menjalankan strategi usaha dengan tepat yakni dengan cara memberikan kualitas layanan semaksimal mungkin kepada para pelanggan. Kualitas pelayanan di Ningrat Parfume membuat para pelanggan merasa puas akan pelayanan tersebut maka akan ada suatu dorongan yaitu rasa kepuasan, kepercayaan terhadap produk tersebut dan akan

menghasilkan suatu loyalitas pelanggan, dimana hal tersebut sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Dengan fenomena diatas maka membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ningrat Parfume Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka dapat diajukan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ningrat Parfume Surabaya?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ningrat Parfume Surabaya?
3. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ningrat Parfume Surabaya?
4. Apakah kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ningrat Parfume Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Ningrat Parfume Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Ningrat Parfume Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Ningrat Parfume Surabaya.

4. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Ningrat Parfume Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi pemilik usaha
Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan bahan pertimbangan suatu kebijakan bagi perusahaan mengenai faktor-faktor kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Ningrat Parfume Surabaya untuk meningkatkan strategi penjualan di perusahaan tersebut.
2. Bagi Universitas
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dari referensi terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Manfaat bagi konsumen maupun masyarakat
Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, agar konsumen dapat terus menerus menggunakan produk dari perusahaan Ningrat Parfume Surabaya.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

