BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat menyebabkan perusahaan berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Salah satu tantangan terbesar di era global adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Amat sulit bagi sebuah perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Berbagai riset menyimpulkan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih murah dibandingkan merebut pelanggan baru (Tjiptono & Diana, 2015, h 3).

Menurut Kotler *et al* (2009) dalam jurnal Ningtias & Buadiarti (2017, h 2) kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan, dan jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dam penghasilan. Lupiyoadi & Hamdani (2009) dalam jurnal Puspaningrum & Agustin (2014, h 5) menyatakan bahwa salah satu yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen / pelanggan adalah kualitas layanan. Hal ini menjadi salah satu faktor keberhasilan perusahaan yang mampu memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggannya.

Kotler & Keller (2009) dalam jurnal Kuntari *et al* (2016, h 198), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja memenuhi ekspektasi, pelanggan akan puas dan jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasa puas atau senang. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan layanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu. Jadi kepuasan yang dimaksud harus menimbulkan perasaan senang, bahagia atau *customer delight* yang merupakan salah satu pendorong bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi yang menguntungkan bagi perusahaan.

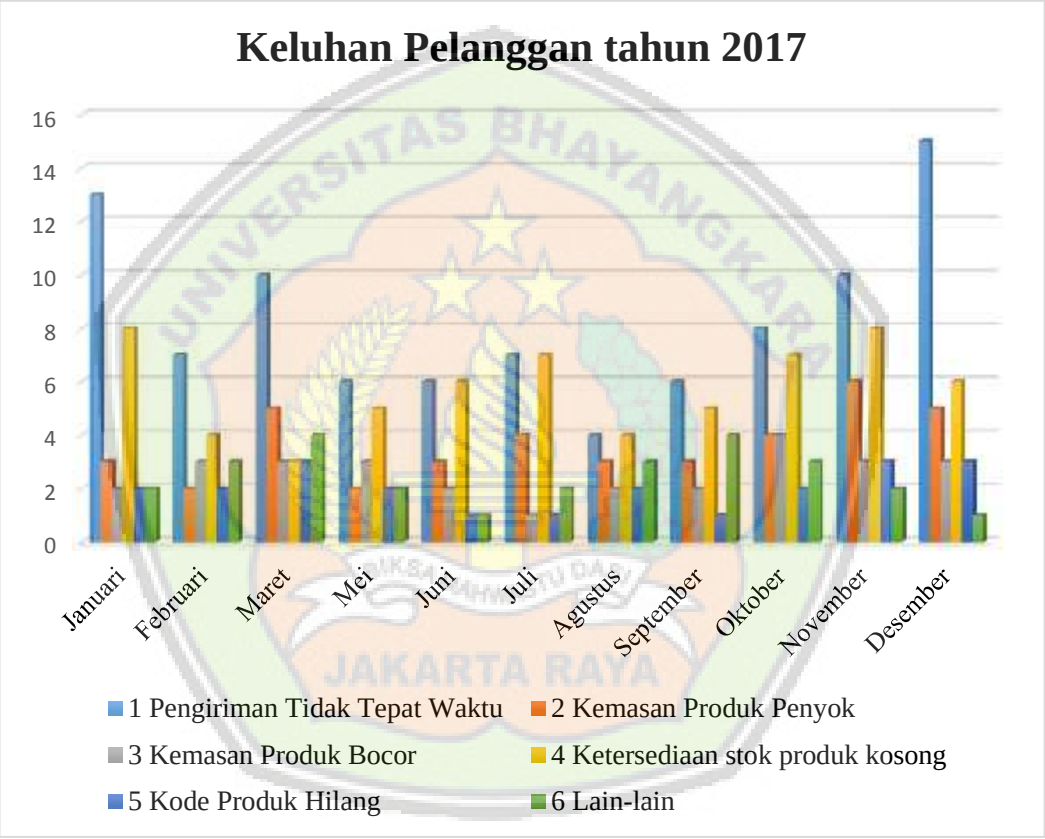
Mowen dan Minor (2007) dalam jurnal Ningtias & Budiarti (2017, h 4) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu objek, mempunyai komitmen dan meneruskan pembeliannya. Survey global yang dilakukan *The Conference Board* di tahun 2002 menyimpulkan bahwa loyalitas dan retensi pelanggan merupakan tantangan manajemen terpenting yang dihadapi para eksekutif puncak di seluruh penjuru dunia (Tjiptono & Diana, 2015, h 209).

PT. Tirtakencana Tatawarna merupakan perusahaan distributor dari seluruh produk PT. Avia Avian yang pusat kantornya terletak di Sidoarjo Jawa Timur. Dalam hal ini faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan produk PT. Avia Avian yang didistribusikan oleh PT. Tirtakencana Tatawarna, diantaranya adalah kualitas layanan yang diberikan dan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya.

PT. Tirtakencana Tatawarna menyadari pentingnya mempertahankan pelanggan bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka perusahaan ini berupaya memberikan pelayanan yang baik dan berusaha membangun kepuasan kepada para pelanggannya sehingga pelanggan bersedia untuk terus menggunakan produk PT. Avia Avian. Pelayanan yang diberikan PT. Tirtakencana Tatawarna antara lain dengan memberikan pengiriman produk secara tepat waktu *(just in time delivery)* sesuai permintaan pelanggan, termasuk melayani keluhan pelanggan serta memberikan solusi dan juga memberikan pelayanan prima. Tidak hanya dalam hal pengiriman secara tepat waktu saja yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan, tetapi dengan keramahan yang disuguhkan para karyawan PT. Tirtakencana Tatawarna ini memberi nilai tambah bagi layanan terhadap pelanggan, terutama dalam menghadapi persaingan. Dengan upaya tersebut, PT. Tirtakencana Tatawarna diharapkan mampu mempertahankan dan bahkan meningkatkan jumlah pelanggannya.

Untuk dapat mengetahui layanan yang diberikan PT. Tirtakencana Tatawarna, pada bulan April 2018 peneliti melakukan wawancara singkat dengan *customer service* PT. Tirtakencana Tatawarna. Menurut pengamatan peneliti

dilapangan dan hasil wawancara dengan *customer service* didapatkan permasalahan mengenai kepuasan pelanggan, dimana pihak perusahaan dalam pengiriman barang tidak tepat waktu, pada produk yang diberikan didapatkan produk yang rusak dan juga seringnya kekurangan stok barang yang dibutuhkan oleh pelanggan. Sehingga hal ini menurunkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil wawancara dengan *customer service* PT. Tirtakencana Tatawarna dilihat pada grafik dan rekapitulasi laporan keluhan tahun 2017 berikut:



Gambar 1.1 Grafik Keluhan Pelanggan tahun 2017

Sumber : *Customer Service*, 2018

Tabel 1.1 Rekapitulasi Laporan Keluhan Pelanggan tahun 2017

No	Jenis Pengaduan	Jumlah	Persentase
1	Pengiriman Tidak Tepat Waktu	92	34
2	Kemasan Produk Penyok	40	15
3	Kemasan Produk Bocor	28	10
4	Ketersediaan stok produk kosong	63	23
5	Kode Produk Hilang	22	8
6	Lain-lain	27	10
TOTAL		272	100

Sumber : *Customer Service*, 2018

Dari gambar grafik keluhan pelanggan tahun 2017 dan tabel rekapitulasi laporan keluhan pelanggan di atas, dapat diketahui keluhan pelanggan pada tahun 2017 yang paling banyak dikeluhan oleh pelanggan adalah pengiriman tidak tepat waktu sebesar 34 % dan ketersediaan stok produk kosong sebesar 28 %. Ini disebabkan oleh kurangnya armada pengiriman yang digunakan, sehingga menyebabkan pengiriman tidak tepat waktu dan kurangnya *safety* stok yang ada di gudang, sehingga menyebabkan pesanan pelanggan tidak dapat dipenuhi.

Dapat disimpulkan dari grafik keluhan pelanggan tersebut membuktikan penurunan kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Tirtakencana Tatawarna dan juga menurunkan kepuasan pelanggan yang berdampak loyalitas pelanggan. Permasalahan ini perlu segera diatasi karena akan memberikan dampak negatif kepada perusahaan dimana kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Tirtakencana Tatawarna tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan akan memberikan pengaruh yang kurang baik kepada kepuasan pelanggan yang akhirnya akan berdampak pada keuntungan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *"Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Tirtakencana Tatawarna Bekasi"*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diajukan rumusan masalah, bahwa :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Tirtakencana Tatawarna ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Tirtakencana Tatawarna ?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Tirtakencana Tatawarna ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Tirtakencana Tatawarna.
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Tirtakencana Tatawarna.
3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Tirtakencana Tatawarna.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan pemasaran terutama mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan serta bahan pengembangan bagi pihak manajemen PT. Tirtakencana Tatawarna Bekasi sebagai sumber informasi dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi masalah perusahaan, khususnya berkaitan dengan pembentuk loyalitas pelanggan yang tinggi.

1.5 Batasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga pada penulis, maka penulis membatasi variabel yang berhubungan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Tirtakencana Tatawarna Bekasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah mengetahui keseluruhan isi skripsi ini, maka disusun suatu sistematik penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas mengenai kajian teori yang berisi tentang pengertian kualitas layanan, dimensi kualitas layanan, pengertian kepuasan pelanggan, dimensi kepuasan pelanggan, pengertian loyalitas pelanggan, dimensi loyalitas pelanggan, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan pengajuan hipotesis.

BAB III METODLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari desain penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, tahapan penelitan, metode pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, metode analisis data dan hipotesis penelitian.

Pengaruh Kualitas..., Muhamad, Fakultas Ekonomi 2018

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran singkat objek penelitian, karakteristik responden, deskripsi data penelitian, uji validitas dan reabilitas instrumen, dan hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan implikasi manajerial untuk pihak yang kepentingan dengan penelitian ini.