

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemasaran adalah proses menciptakan, mengidentifikasi, dan menghubungkan nilai yang bertujuan untuk memahami keperluan dan keinginan pelanggan akan produk dan jasa sehingga hal ini bisa memberikan kepuasan terhadap pelanggan serta dapat menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap layanan, produk maupun jasa yang diberikan, seperti yang dikemukakan Kotler dan Amstrong (2012:29), *Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationship in order to capture value from customers in return*, artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Loyalitas pelanggan memiliki peranan penting didalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan artinya menaikkan penjualan perusahaan dan bisa menjaga kesesuaian perusahaan, selanjutnya loyalitas pelanggan dapat juga memajukan perkembangan perusahaan. Karena konsumen juga bisa memberikan masukan saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas layanan yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen itu sendiri. Maka dari itu loyalitas sangat penting agar bisa mempertahankan citra dan keberhasilan suatu perusahaan, loyalitas konsumen dapat dijadikan dasar atau acuan dasar dalam mengambil

kebijakan yang baik untuk perusahaan. Menurut Ishaq Jeremia dan Djurwati (2019:833) loyalitas adalah sebuah proses, pada akhir proses tersebut, kepuasan mempunyai efek pada *perceived quality*, yang dapat memberikan dampak kepada loyalitas dan niat untuk perilaku tertentu dari seorang pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan yang dirasakan atau dialami oleh seorang pelanggan apabila mendapatkan pelayanan atau produk yang sesuai dengan yang diinginkan atau bisa lebih, kepuasan juga menimbulkan perasaan senang atas kualitas layanan perusahaan sehingga bisa menimbulkan tidak ingin pindah kepada yang lainnya juga dapat membuat pelanggan menjadi loyal terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Menurut Howard dan Sheth dalam Fandy Tjiptono (2014:353) mengungkapkan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Pada perusahaan jasa, pelayanan sangatlah penting untuk perusahaan guna memenuhi kepuasan konsumen dan ini juga berlaku untuk perusahaan yang bergerak di bidang lain. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:59) menyebutkan bahwa Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Layanan yang bagus ataupun memuaskan akan berdampak pada pembelian yang berulang akibatnya dapat menaikkan tingkat penjualan pada suatu perusahaan.

Pada era saat ini adanya penyebaran covid-19 sangat berpengaruh pada suatu bisnis, salah satunya ialah dalam hal penyedia produk maupun jasa, maka sangatlah penting dalam hal ini suatu perusahaan menyiasati bagaimana cara untuk mempertahankan suatu produk atau jasa dengan menyediakan layanan yang di manajemen dengan baik untuk menciptakan rasa kepuasan pada pelanggan sehingga menjadikan seorang pelanggan menjadi loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan ditengah pandemi covid-19 ini.

Jadi, ketika suatu perusahaan melakukan suatu bisnis diperlukan adanya suatu manajemen yang baik salah satunya yaitu dengan menerapkan manajemen pemasaran, dimana adanya manajemen pemasaran yang baik maka akan menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan minat pelanggan, salah satunya dimana ketika suatu manajemen pemasaran disebuah perusahaan menciptakan kualitas layanan yang baik maka akan menciptakan rasa kepuasan pelanggan akan hal layanan dan bisa membuat seorang pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan.

Dengan telah diuraikannya terkait masalah kualitas layanan yang berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan, maka peneliti mendasarkan penelitian ini kepada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang *Catering* dimana suatu usaha yang menawarkan jasa layanan sangat memprioritaskan rasa kepuasan pelanggan. Berikut adalah data CV. Tiga Bersaudara Sejahtera sejak tahun 2019-2021 :

Tabel 1.1
Data Omset CV. Tiga Bersaudara Sejahtera Tahun 2019 – 2021

No	Tahun	Omset
1	2019	Rp 229.000.000
2	2020	Rp 247.007.158
3	2021	Rp 306.017.158

Sumber data diolah 2022

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, maka dapat diuraikan penjelasan tentang data omset CV. Tiga Bersaudara Sejahtera, Sebagai berikut :

- a. Pada tahun 2019 CV. Tiga Bersaudara Sejahtera, mendapatkan orderan catering dari Kantor Biddokes Polda Kalsel untuk makanan harian para anggota polisi berjumlah 10 orang untuk 2 kali dalam 1 hari, maka Polresta Banjarmasin dalam 1 tahun melakukan catering makanan harian untuk para anggotanya pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera, jadi kalau dalam 1 tahun perusahaan mendapatkan orderan sebanyak 7.300 porsi. Pada tahun 2019 itu juga CV. Tiga Bersaudara Sejahtera mendapatkan orderan catering makanan dari pelanggan umum untuk acara hajatan sebesar 1000 porsi dalam sehari, maka dari itu omset perusahaan dari tahun 2019 sudah ada pada tabel diatas.
- b. Pada tahun 2020 CV. Tiga Bersaudara Sejahtera, mendapatkan orderan catering dari Polresta Banjarmasin untuk makanan harian para anggota polisi sebanyak 74 anggota dan juga para tahanan sebanyak 130 tahanan untuk sehari dikalikan untuk jangka waktu 1 tahun. Sehingga untuk omset perusahaan pada tahun 2020 sudah tertera pada tabel diatas.

- c. Pada tahun 2021 CV. Tiga Bersaudara Sejahtera, mendapatkan orderan catering dari Polresta Banjarmasin lagi untuk makanan anggota polisi dan para tahanan, dan ditahun 2021 itu juga perusahaan mendapatkan orderan catering dari Kapolres Kotabaru untuk makanan harian para anggota polisi dan para tahanan untuk di bulan desember sebanyak 3.373 porsi. sehingga untuk omset perusahaan pada tahun 2021 sudah tertera pada tabel diatas.

Sesuai deskripsi diatas maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah peneliti deskripsikan diatas, maka peneliti mendapatkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

- 1.2.1 Apakah Variabel Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera?
- 1.2.2 Apakah Variabel Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera?
- 1.2.3 Apakah Variabel Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan Pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang peneliti temukan, maka didapatkan beberapa tujuan dari skripsi ini, yaitu :

- 1.3.1 Untuk menganalisa Variabel Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera.
- 1.3.2 Untuk menganalisa Variabel Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera.
- 1.3.3 Untuk menganalisa Variabel Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- 1.4.1.1 Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan studi lanjutan yang relevan dan sebagai kajian kearah pengembangan *marketing* pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera.
- 1.4.1.2 Bagi Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin sebagai bahan referensi untuk pengembangan selanjutnya dan sebagai bahan referensi mahasiswa kedepannya.
- 1.4.1.3 Bagi peneliti untuk menambah wawasan dalam masalah pemasaran perusahaan dan juga sebagai media latihan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1.4.2.1 Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi manajemen perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan sehingga menciptakan rasa kepuasan pada CV. Tiga Bersaudara Sejahtera.
- 1.4.2.2 Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin dalam mengerjakan penelitian lebih lanjut.
- 1.4.2.3 Penelitian ini diharapkan bagi peneliti bisa menjadi penambah pengetahuan baru yang berhubungan dengan manajemen pemasaran terkhusus tentang kualitas layanan, loyalitas pelanggan yang akan mewujudkan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa.