BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produk atau jasa yang bersaing dalam suatu pasar, pada era globalisasi semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik – baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal, yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2013).

Jasa laundry adalah suatu usaha yang dikerjakan perseorangan atau berkelompok dimana didalam usaha itu mempertemukan pembeli dan penjual yang sering berinteraksi secara langsung ataupun tidak, semua itu dijalankan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Dijaman modern saat ini banyak usaha yang dituntut untuk lebih memaksimalkan kinerja pelayanan jasa laundry itu sendiri. Karena bisnis laundry akan terus berkembang, pelangganuntuk bisnis ini juga akan terus bertambah, mengingat bahwa saat ini kesibukan untuk berkarier sudah menjadi hal yang mutlak bagi ibu rumah tangga. Sehingga, banyak sebagian orang dengan rutinitas bekerja setiap hari atau berkarier akan tidak ada waktu untuk mengurusi pekerjaan rumah tangga, jasa laundry ini bisa menjadi pelengkap bagi ibu rumah tangga. Jadi penyedia jasa laundry harus lebih bisa meningkatkan Kualitas Layanan mereka agar bisa tetap bertahan menghadapi persaingan bisnis yang sangat pesat.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayan yang diterima *(perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan *(expected services*). Zaithaml, Berry, Parasuraman (2010) yang

pernyataannya dikutip oleh Usmara (2009) menyatakan bahwa kualitas yang dirasakan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan presepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar – benar mereka terima.

Lokasi laundry Qe2 salah satu laundry yang berada di Jalan Belimbing Jember. Lokasi merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha yang sangat dipentingkan oleh masyarakat, sehingga mampu dan mudah dicari oleh setiap pelanggan. Sedangkan Laundry Qe2 ini mempunyai lokasi yang sangat strategis dan mudah terjangkau oleh setiap masyarakat. Lokasi Laundry Qe2 berada di tengah keramaian masyarakat dan memiliki tempat parkir yang luas dan aman.Hal ini akan turut mempengaruhi keberlangsungan dari usaha tersebut. Pada usaha laundry, strategi lokasi merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, pelanggan tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut.

Pelanggan yang sudah merasa puas akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan tersebut, maka pelanggan akan percaya terhadap perusahaan itu dan pada akhirnya terjadilah pelanggan yang loyal (setia). Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kotler dan Keller (2013), menyatakan bahwa kepuasaan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Dengan kata lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat mampu memenuhi harapannya, kepuasan yang dirasakan oleh seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku penggunaan kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas. (Harnoto, 2013).

Konsumen merupakan mitra utama bagi pemasar. Seorang pelanggandapat dikatakan sebagai pelanggan apabila seseorang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan

tersebut dapat dibangun melalui pembelian ulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli.Perusahaan pada umumnya menginginkan bahwa pelanggan yang diciptakannya dapat dipertahankan selamanya.Hal ini bukan tugas yang mudah mengingat perubahan – perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan seperti selera maupun aspek – aspek psikologis, sosial dan kultural pelanggan.

Terdapat beberapa keuntungan strategis bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan.Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang pelanggan.Seorang yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi suatu organisasi atau perusahaan. Pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan yang baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi atau perusahaan, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas Tjiptono (2013:61). Sementara Kotler (2010:31) berpendapat bahwa pelanggan yang puas dan loyal (setia) meruapkan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang paada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan yang baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Rian, 2015).

Berikut ini adalah tabel jumlah pelanggan pada Jasa Laundry Qe2 Jl. Blimbing Jember pada tahun 2016:

Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan pada Jasa Laundry Qe2 Jl. Blimbing Jember.

No	Bulan	Jumlah pelanggan
1.	Juli	55
2	Agustus	50
3	September	47
4	Oktober	43
5	November	39
6	Desember	36
	Jumlah	270

Sumber: Data primer yang dioalah, 2016

Sumber : Laundry Blimbing Jl. Blimbing Jember 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang datang ke Laundry Qe2 Jl. Blimbing Jember mengalami penurunan pada bulan Agustus sampai Desember.Hal ini berarti bahwa pada penggunaan jasa laundry Qe2 Jl. Blimbing Jember, dapat dilihat bahwa pada bulan Juli sejumlah55 pelanggandan mengalami penurunan pada bulanOktober sejumlah 43 transaksi, November ada 39 transaksi dan Desember 36 transaksi.Dengan kondisi ini pihak laundry harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan, lokasi yang strategis dan kepuasan yang diberikan pihak loundry terhadap pelanggan. Untuk tetap bertahan, maka pihak perusahaan harus menerima keluhan-keluhan yang diterima oleh para pelanggan dan meningkatkan kinerja karyawan agar meningkatkan loyalitas pelanggan.

Untuk tetap bertahan, usaha laundry Qe2 harus melakukan perubahan strategis, misalnya melakukan evaluasi mengenai harga yang sudah sesuai dengan pangsa pasar atau dengan cara meningkatkan kualitas yang akan menarik para pelanggan agar datang kembali. Selain itu, bagaimana pelayanan yang diberikan agar

pelanggan tidak merasa bosan dengan pelayanan yang kita berikan.Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan terhadap loyalitas.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan ada empat masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa Laundry Qe2 Jember ?
2. Apakah Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa Laundry Qe2 Jember ?
3. Apakah Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa Laundry Qe2 jember ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Loyalitas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Laundry Qe2 Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa Laundry Qe2 Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa Laundry Qe2 Jember.
3. Untuk mengetahui Loyalitas terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa Laundry Qe2 Jember.
4. Untuk mengetahui bagaimana Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Loyalitas terhadap Kepuasan Pelanggan Laundry Qe2 Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat berguna atau bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

   Dapat memberikan informasi bagi uasaha dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan usaha untuk meningkatkan pelayanan kepuasan pada pelanggan yang meliputi tangible, reability, responsiveness, assurance, emphaty.

b. Bagi Peneliti

   Hasil dari penelitian dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan serta tambahan pengalaman dalam mengaplikasikan sebagian kecil dari teori pemasaran yang telah didapatkan.

c. Manfaat bagi Masyarakat

   Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan yang akan menambah informasi khususnya mengenai kepuasan pelayanan Laundry.

d. Manfaat bagi Akademik

   Diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk memperluas ilmu pengetahuan, serta dapat digunakan sebagai acuan dan referensi bahan pertimbangan bagi peneliti – peneliti lain yang akan melakukan serupa dimasa yang akan datang.