

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang mengapa permasalahan ini diangkat, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, asumsi yang digunakan, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi yang kian berkembang pesat serta diiringi oleh tingkat pendidikan yang semakin tinggi, membuat masyarakat atau konsumen saat ini semakin kritis dalam memilih produk maupun jasa yang berkualitas. Setiap perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk maupun jasanya. Pada industri jasa, hal terpenting yang harus selalu dijaga dan ditingkatkan adalah kualitas pelayanan karena hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan konsumen serta menjaga kelangsungan perusahaan tersebut.

Menurut Castro dan Armario, dalam Aryani dan Rosinta (2010), loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis tetapi juga dapat menarik pelanggan baru. Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah industri jasa. Selain agar dapat tetap bersaing dengan perusahaan sejenis baik ditingkat lokal maupun global, adanya loyalitas pelanggan memungkinkan terjalinnya relasi jangka panjang yang menyebabkan ikatan emosional antara konsumen dengan perusahaan sehingga perusahaan lebih mudah memahami kebutuhan dan harapan pelanggan (Tjiptono, 2008). Menurut Akbar dan Parvez dalam Haqi (2011), faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan.

Tjiptono (2008) menyatakan bahwa kualitas apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti jika pelanggan sudah menjadi loyal untuk selalu menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan tertentu maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut sudah berhasil memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Morgan dan Hunt dalam Susetiyana (2009) menunjukkan bahwa kepercayaan adalah faktor yang menentukan komitmen konsumen dalam hubungan dengan perusahaan. Oleh karena itu, kepercayaan bisa dijadikan dasar dari loyalitas konsumen. Hubungan antara pe-

rusahaan dengan konsumen mensyaratkan adanya kepercayaan sebagai dasar dari loyalitas konsumen.

Koperasi Pegawai Republik Indonesia Universitas Brawijaya (KPRI UB) adalah suatu unit usaha di lingkungan kampus UB yang bergerak di bidang perekonomian. Di dalamnya terdapat beberapa unit usaha, salah satunya adalah Divisi Perdagangan Umum yang di dalamnya terdapat swalayan yang menjual bahan kebutuhan sehari-hari. Dalam beberapa tahun belakangan ini pertumbuhan bisnis swalayan atau minimarket di Kota Malang bertambah pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya berbagai swalayan atau minimarket baru yang bermunculan dan saling bersaing mendapatkan pelanggan. Di daerah sekitar Swalayan KPRI UB sendiri sudah mulai bermunculan pesaing baru. Hal tersebut menjadikan persaingan dalam bisnis swalayan bertambah ketat. Swalayan KPRI UB mau tidak mau dituntut harus mampu tetap eksis dengan mempertahankan pelanggan lama dan juga mendapatkan pelanggan baru.

Akan tetapi, berdasarkan observasi pendahuluan yang dilakukan pada pelanggan yang berbelanja di Swalayan KPRI UB sebanyak 30 responden melalui kuesioner terbuka, didapatkan beberapa jenis keluhan pelanggan yang tersaji dalam Tabel 1.1 berikut ini.

**Tabel 1.1** Daftar Macam dan Jumlah Keluhan Pelanggan Swalayan KPRI UB

No	Jenis Keluhan	Jumlah
1	Proses pelayanan kasir kurang cepat	9
2	Pencahayaannya ruangan swalayan kurang terang	5
3	Variasi produk yang dijual kurang lengkap	4
4	Kesulitan menemukan toilet	4
5	Penunjuk lokasi produk kurang jelas	4
6	Petugas kurang ramah dalam melayani pembeli	3
7	Penempatan tata letak/layout kurang teratur	3
8	Ditemukan stok produk yang habis/hampir habis di rak belum diisi	2
9	Mesin kasir sering mati	1
10	Nota belanja jika tidak diminta tidak diberikan	1
11	Kebersihan lingkungan swalayan masih kurang	1

Dari Tabel 1.1 di atas, dapat diketahui jika masih terdapat beberapa keluhan pelanggan yang berbelanja di Swalayan KPRI UB. Oleh sebab itu, pihak manajemen perlu menyadari jika ingin mempertahankan pelanggan atau menciptakan loyalitas pelanggan maka harus mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap terciptanya loyalitas pelanggan serta senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan.



Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang merupakan sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan (Waluyo, 2011). Penggunaan Metode SEM dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software Analysis of Moment Structure* (AMOS) 22.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi antara lain:

1. Semakin berkembang pesatnya bisnis swalayan yang ditandai dengan bermunculannya swalayan baru di sekitar Swalayan KPRI UB yang membuat persaingan semakin ketat.
2. Berdasarkan observasi pendahuluan, masih ditemukan keluhan pelanggan tentang kualitas pelayanan di Swalayan KPRI UB.
3. Berdasarkan observasi pendahuluan, masih terdapat pelanggan yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan Swalayan KPRI UB sebagai contoh pelayanan kasir.

## 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, selanjutnya dapat dirumuskan beberapa permasalahan antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan KPRI UB?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan KPRI UB?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan KPRI UB?
4. Indikator apa yang memiliki pengaruh yang relatif tinggi pada konstruk yang berpengaruh signifikan terhadap konstruk Loyalitas Pelanggan?
5. Usulan apa sajakah yang dapat diberikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Swalayan KPRI UB?

## 1.4 Batasan Masalah

Agar hasil penelitian sesuai dengan permasalahan yang ada, maka dibuatlah beberapa batasan masalah, antara lain sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan di Swalayan KPRI UB yang pernah berbelanja minimal sebanyak empat kali di Swalayan KPRI UB.
2. Tidak melakukan pengukuran terhadap variabel yang menjadi mediasi.
3. Tidak membahas perhitungan biaya.

### **1.5 Asumsi**

Penelitian ini memerlukan beberapa asumsi untuk memperjelas dan mempermudah dalam proses pengerjaan, adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini sesuai pada model konsep penelitian.
2. Nilai yang terdapat pada kuesioner merupakan nilai persepsi pelanggan.
3. Pada kuesioner, tidak mengukur nilai ekspektasi pelanggan.

### **1.6 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk mencapai beberapa tujuan. Adapun tujuan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan KPRI UB.
2. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan KPRI UB.
3. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan KPRI UB.
4. Mengetahui indikator yang memiliki pengaruh yang relatif tinggi pada konstruk yang berpengaruh signifikan terhadap konstruk Loyalitas Pelanggan.
5. Memberikan usulan guna meningkatkan loyalitas pelanggan di Swalayan KPRI UB.

### **1.7 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Penelitian ini dapat membantu pihak Swalayan KPRI UB dalam mengetahui indikator-indikator dari variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menentukan strategi dan kebijakan Swalayan KPRI UB dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan, serta loyalitas pelanggan.

3. Penelitian ini dapat mengetahui kemanfaatan SEM dalam mengidentifikasi variabel-variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.





# UNIVERSITAS BRAWIJAYA

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**

