

# BAB I

## PENDAHULUAN

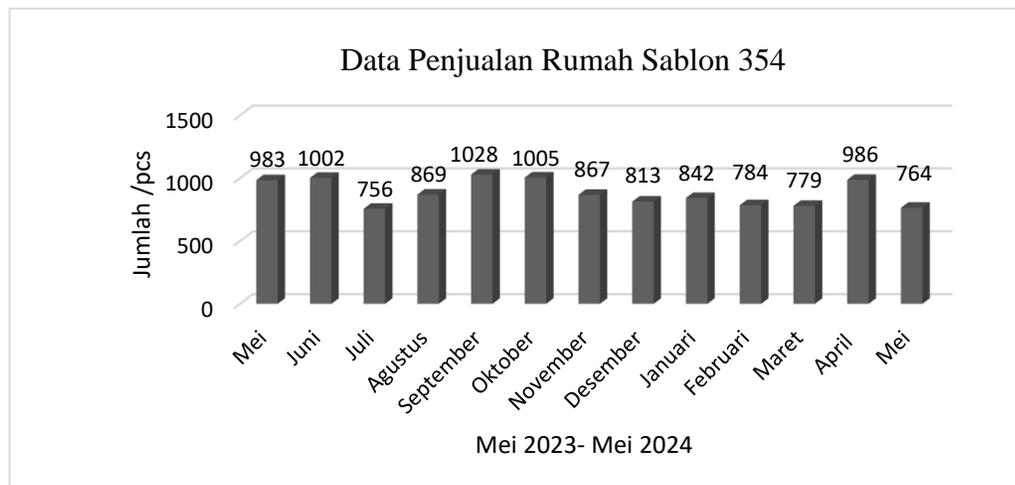
### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan Masyarakat akan sandang, pangan, dan papan semakin hari semakin meningkat. Laju pertumbuhan penduduk per tahun adalah angka yang menunjukkan rata-rata tingkat pertambahan penduduk per tahun dalam jangka waktu tertentu. Kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2021 dengan jumlah sebesar 1,2% dan kenaikan terendah terjadi pada tahun 2023 dengan jumlah sebesar 1,13% menurut *bps.go.id*, (2024). Desakan kebutuhan Masyarakat tersebut kemudian secara tidak langsung menciptakan industri-industri yang bergerak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat salah satu diantara banyak industri yang saat ini sedang naik dan menjanjikan adalah *fashion* industri mengakibatkan persaingan yang semakin ketat. Berbagai cara dilakukan oleh pelaku usaha demi mempertahankan dan menjaga keunggulan kompetitif dengan pesaingnya. Ketatnya persaingan menuntut setiap perusahaan untuk mengoptimalkan kemampuan yang dimiliki para pebisnis terutama di bidang *fashion* terus melakukan riset mengenai produk yang sedang di gemari saat ini untuk terus mengembangkan produk dan menciptakan produk yang pasti laris di pasaran Novianti, et al. (2022). Selanjutnya produk domestik bruto (PDB) industri tekstil dan pakaian Indonesia naik 9,34% pada 2023 lalu menurut *dataindonesia.id*, (2023)

Perdagangan industri *fashion* ini kemudian berpengaruh pada meningkatnya kecenderungan pola konsumsi Masyarakat yang akhirnya membentuk perilaku konsumen yang konsumtif terhadap produk-produk *fashion*. Kecenderungan ini akhirnya menjadi sebuah peluang besar bagi para pelaku bisnis *fashion* untuk lebih mengembangkan usahanya. Dengan perkembangan konveksi di Indonesia, sudah banyak ditemukan konveksi salah satunya yang bernama Rumah Sablon 354 sejak 8 April 2020, Konveksi tersebut memproduksi dan menjual Pakaian yang berkualitas dengan menawarkan design yang mengikuti trend *fashion* seiring perkembangan zaman.

Menurut Hasan (2013:83), menyatakan bahwa loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya membeli secara teratur dan berulang-ulang. Kesetiaan merupakan sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku dan sikap pelanggan setelah terjadi pembelian. Salah satu sikap positif pelanggan dapat ditunjukkan melalui setia/loyal kepada produk suatu perusahaan dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain agar ikut menggunakan produk tersebut, sedangkan sikap negatif ditunjukkan melalui perkataan negatif terkait produk yang tidak memuaskan pelanggan dan berujung pada berpindahannya pelanggan tersebut kepada perusahaan lain. Perusahaan harus menjalankan strategi pelayanan yang efektif untuk saat ini karena pemasaran saat ini semakin berkembang. Perusahaan Rumah Sablon 354 yang telah beroperasi dalam beberapa tahun dan menghadapi tantangan terhadap Penjualan mereka.

**Grafik 1. 1 Data Penjualan Rumah Sablon 354 Periode Mei 2023 – Mei 2024**



(Sumber: Data Rumah Sablon 354, Data diperoleh)

Dilihat dari data diatas, Penjualan Rumah Sablon 354 Belum stabil walaupun naik turun dalam 12 bulan terakhir. Kenaikan tertinggi terjadi pada bulan Agustus-September 2023 dengan jumlah sebanyak 159 pcs dan penurunan tertinggi terjadi pada bulan Oktober-November 2023 dengan jumlah sebanyak 138 pcs. Data penjualan adalah salah satu indikator utama untuk mengukur kesuksesan sebuah perusahaan.

Mengelola dan menganalisis data penjualan menjadi suatu hal yang semakin penting karena persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam hal ini, menyatakan bahwa Strategi pemasaran menghadapi kendala dalam mengembangkan dan menerapkan Strategi pemasaran yang efektif untuk menentukan loyalitas konsumen.

Dalam tabel 1.1 terdapat bukti keluhan yang didapat melalui prasurvei terhadap 20 konsumen yang sudah pernah bertransaksi minimal 4 kali di Rumah Sablon 354, seperti Berikut ini.

**Tabel 1. 1 Hasil Prasurvei Loyalitas Konsumen pada Rumah Sablon 354**

| No                      | Pertanyaan  | Alternatif Jawaban  |       |       |
|-------------------------|---|---------------------|-------|-------|
|                         |   | S                   | TS    | Total |
| 1                       | Saya selalu menjadi konsumen Rumah Sablon 354   | 31,2%               | 68,8% | 100 % |
| 2                       | Saya tidak terpengaruh oleh brand lainya walaupun mereka mengadakan diskon besar besaran                          | 37,5%               | 62,5% | 100%  |
| 3                       | Saya akan mengatakan hal hal positif,sehingga konsumen dapat merekomendasikan rumah sablon 354 kepada orang lain. | 43,8%               | 56,2% | 100%  |
| <b>Jumlah Responden</b> |   | <b>20 Responden</b> |       |       |

(Sumber: Data diolah 2024)

Hal tersebut akan mengurangi loyalitas konsumen terhadap Rumah Sablon 354, dilihat dari Tabel 1.1 hasil Prasurvei dari 20 responden keluhan tertinggi menunjukkan 68,8% menyatakan tidak selalu menjadi konsumen Rumah Sablon 354 sedangkan 56,2% dengan keluhan terendah menyatakan tidak selalu mengatakan hal-hal positif pada Rumah Sablon 354. Sehingga menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Loyalitas konsumen Rumah Sablon 354 dapat ditingkatkan dengan mempertimbangkan beberapa faktor, seperti kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen. Hal ini didukung oleh

penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Artiza (2021), serta studi tentang kepercayaan yang diteliti oleh Mendrofa (2021), yang menghasilkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan hasil dari pemenuhan terhadap kebutuhan, tuntutan, dan harapan pelanggan melalui penyediaan jasa dan perhatian kepada pelanggan Fikri. et al, (2016). Kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan berperan penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut Wulandari. et al, (2017). Kualitas pelayanan ini dinilai oleh pelanggan berdasarkan pengalaman aktualnya selama memanfaatkan produk atau jasa yang diterima. Perusahaan penting untuk memahami kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat mengalokasikan sumber daya keuangan untuk memperbaiki kinerja yang memiliki pengaruh besar terhadap persepsi pelanggan atas kualitas pelayanannya Fasa & Suharto (2023).

Pelanggan akan memberikan senyuman dan wajah yang ramah dan penuh antusiasme ketika berhadapan langsung dengan petugas pelayanan. Kedua, kesediaan mengembangkan hubungan dengan perusahaan. pelanggan bersedia datang apabila perusahaan meminta kehadirannya dalam acara perusahaan yang bersifat promosi maupun khusus untuk pelanggan, bersedia memiliki kartu keanggotaan. Ketiga, kesediaan menjadi pembeli setia perusahaan. Pelanggan untuk membeli atau berlangganan lagi serta bersedia memperpanjang penggunaan produk atau jasa perusahaan walaupun tawaran dari produk pesaing sangat gencar. Keempat, penolakan untuk berpaling pada pesaing perusahaan, kurang memperhatikan merek dan iklan produk-produk pesaing. Kelima, kesediaan merekomendasikan merek kepada orang. pelanggan akan secara suka rela mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan, dan mengajak konsumen lain untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam tabel 1.2 terdapat bukti persepsi konsumen Rumah Sablon 354 yang sudah pernah bertansaksi minimal 4 kali pembelian.

**Tabel 1. 2 Hasil Kuisioner Persepsi kualitas Pelayanan pada Rumah Sablon 354**

| No                      | Pertanyaan   | Alternatif Jawaban  |       |       |
|-------------------------|--|---------------------|-------|-------|
|                         |  | S                   | TS    | Total |
| 1.                      | Rumah sablon dapat menyelesaikan pesanan sesuai dengan waktu yang ditentukan | 31,2%               | 68,8% | 100%  |
| 2.                      | <i>Customer service</i> Rumah Sablon 354 cepat melayani keluhan saya         | 43,7%               | 56,3% | 100%  |
| 3.                      | Dalam proses pengembalian barang tidak menyulitkan                           | 37,5%               | 62,5% | 100%  |
| 4.                      | Harga yang tertera sepadan dengan kualitas barang yang diterima              | 43,8%               | 56,2% | 100%  |
| 5.                      | Pihak <i>customer service</i> selalu sabar dalam menghadapi keluhan saya     | 37,5%               | 62,5% | 100%  |
| <b>Jumlah Responden</b> |  | <b>20 Responden</b> |       |       |

(Sumber: Data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan permasalahan kualitas pelayanan yang terdapat pada Rumah Sablon 354, yaitu berkurangnya kualitas pelayanan di Rumah Sablon 354 seperti tidak bisa menyelesaikan pesanan sesuai waktu yang di tentukan, dengan keluhan tertinggi sebanyak 68,8%, kemudian sebanyak 62,5% konsumen merasa terjadi kesulitan dalam pengembalian barang, dari hasil observasi hal itu disebabkan karena adanya karyawan di Rumah Sablon 354 seringkali mengambil lebih dari satu pekerjaan dari waktu yang bersamaan, sehingga terjadi penurunan pada kinerja karyawan, kemudian pada pernyataan Harga yang tertera sepadan dengan

kualitas barang yang diterima dengan keluhan terendah sebanyak 56,2% dan Pihak *customer service* selalu sabar dalam menghadapi keluhan saya dengan keluhan 62,5%.

Dengan adanya permasalahan seperti ini juga sangat memengaruhi loyalitas konsumen Rumah Sablon 354. Seperti penelitian terdahulu yang diteliti oleh Koloy, et al. (2022), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Dalam Tabel 1.3 terdapat bukti keluhan yang di dapat melalui Pra-Survey terhadap 20 konsumen yang sudah pernah bertransaksi minimal 4 kali di Rumah Sablon 354, seperti berikut ini.

**Tabel 1. 3 Hasil Prasurvei Kepercayaan pada Rumah Sablon 354**

| No                      | Pertanyaan  | Alternatif Jawaban  |       |       |
|-------------------------|---|---------------------|-------|-------|
|                         |   | S                   | TS    | Total |
| 1                       | Saya percaya bahwa rumah sablon 354 dapat memenuhi kebutuhan saya         | 37,5%               | 62,5% | 100%  |
| 2                       | Produk yang ditawarkan rumah sablon 354 merupakan produk yang berkualitas | 43,8%               | 56,2% | 100%  |
| <b>Jumlah Responden</b> |   | <b>20 Responden</b> |       |       |

(Sumber: Data diolah 2024)

Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan menimbulkan kepercayaan dari konsumen. dilihat dari Tabel 1.3 hasil Prasurvei dari 20 responden keluhan tertinggi menunjukkan 62,5% menyatakan Rumah Sablon 354 tidak selalu dapat memenuhi kebutuhan konsumen, sedangkan 56,2% dengan keluhan terendah konsumen Rumah Sablon 354 tidak selalu menawarkan produk yang berkualitas. Kepercayaan menjadi faktor utama bagi perusahaan konveksi, karena perasaan aman dalam bertransaksi adalah salah satu wujud Kepercayaan Konsumen, jika tingkat

Kepercayaan Konsumen menurun, hal ini akan berpengaruh pada penurunan loyalitas mereka. Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan permasalahan seperti tidak setujunya bahwa Rumah Sablon 354 dapat memenuhi kebutuhan saya, Tidak setujunya produk yang di tawarkan Rumah Sablon 354 merupakan produk yang berkualitas, dan Tidak setujunya Harga yang ditawarkan Rumah Sablon354 tergolong murah. Seperti penelitian terdahulu yang diteliti oleh Zain, et al. (2021), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian diatas penting untuk menciptakan loyalitas konsumen bagi Rumah Sablon 354,dengan mengoptimalkan pelayanan serta menjaga kepercayaan konsumen guna kenyamanan dan menjaga kepercayaan konsumen, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Rumah Sablon 354”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Sablon 354?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Sablon 354?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

a) Tujuan Penelitian :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Rumah Sablon 354
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Rumah sablon 354

b) Manfaat Penelitian :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan bisa menjadi referensi para pemasar untuk merancang strategi dalam memasarkan produk agar terciptanya loyalitas konsumen dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen.

2. Bagi Pihak Lain

Untuk menambah Referensi para akademisi di bidang penelitian yang sama.

#### **1.4 Ruang lingkup atau Batasan Masalah**

Batasan masalah ini bertujuan untuk menyederhanakan ruang lingkup, agar penelitian ini lebih terarah mengingat waktu yang terbatas dalam menyelesaikannya. Adapun batasan - batasan dalam penelitian ini antara lain

1. Penelitian ini hanya terfokus pada variabel Persepsi Kualitas pelayanan dan Kepercayaan Konsumen pada Rumah Sablon 354
2. Populasi dan sampel penelitian adalah konsumen pada Rumah Sablon 354 sebanyak 100 responden
3. Periode penelitian mulai dilakukan pada bulan Mei 2023 sampai dengan September 2024

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

##### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah dalam penelitian, perumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, dan ruang lingkup atau pembatasan masalah. Pada sub-bab latar belakang masalah, dijelaskan alasan yang mendorong peneliti memilih topik tertentu. Selain itu, dibahas juga mengenai hasil studi pustaka yang telah dilakukan, serta komentar terkait penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti.

## **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang berupa teori yang digunakan untuk yang berkaitan dengan topik penelitian guna mendukung penelitian yang mencakup teori-teori mengenai mengenai persepsi kualitas Pelayanan,kepercayaan konsumen dan loyalitas konsumen.

## **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi serta sampel yang digunakan, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data

## **BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas gambaran data responden, deskripsi persepsi terhadap variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Sablon 354.

## **BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bagian penutup dari penulisan skripsi, penyusun menyampaikan kesimpulan berdasarkan permasalahan dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya. Disampaikan juga beberapa saran yang relevan dengan hasil penelitian, yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan berharga bagi Rumah Sablon 354.