BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dilingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Tingkat persaingan di Indonesia sangat ketat, setiap perusahaan berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan dapat menentukan strategi perusahaan yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Perusahaan dalam negeri maupun perusahaan asing berusaha mendirikan usaha bisnis dan menciptakan jenis-jenis produk yang nantinya akan digemari oleh calon pelanggan, terutama di bidang fashion.

Berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan saat ini di ikuti juga muculnya tempat-tempat perbelanjaan modern yang salah satunya Kings Shopping Center, ITC Kebon Kalapa dan Factory Outlet, yang menyediakan kebutuhan produk pakaian yang sudah menjadi kebutuhan saat ini dan seterusnya salah satunya toko ja-it fashion yang berlokasi di Kings Shopping Center masih terbilang toko baru yang menawarkan beberapa produk pakaian seperti long dress, mini dress, blouse, kemeja,blazer dengan harga yang beragam dan masih bisa terjangkau oleh kalangan menengah kebawah. Toko ja-it juga menawarkan kelebihan kepada

pelanggan yang sudah memiliki member, dengan menggunakan member para pelanggan akan mendapatkan potongan harga sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap toko ja-it fashion sehingga setelah pelanggan puas akan membuat pelanggan akan melakukan pembelian dimasa yang akan datang atau pembelian berulang pada produk yang sama. Toko ja-it juga mempunyai kelebihan di banding dengan toko-toko lain karena selain produk yang di kirim oleh supplier toko ja-it juga memproduksi sendiri produknya seperti T-shirt, Blouse, kemeja, Tas.

Toko ja-it berusaha menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi dimana perusahaan meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pelayanan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan,mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja toko ja-it dan harapan-harapannya sebelum membeli produk toko ja-it tersebut. Pelanggan tentu mengharap dan harapannya lebih tinggi sebelum membeli produk, agar keinginannya terpenuhi. Kadang kala yang di inginkan pelanggan tidak sesuai dengan apa yang mereka dapatkan setelah membeli produk. sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat bergantung pada kemampuan

perusahaan dalam menciptakan nilai, dan secara terus menerus berupaya untuk memperbaikinya. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Sebagai usaha untuk mendapatkan konsumen yang loyal, maka ja-it fashion harus menyusun strategi yang lebih akurat, di antaranya adalah meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk serta mengetahui posisi pesaing dan memperkirakan besarnya pangsa pasar

Tabel 1.1

Kuesioner Awal Y Loyalitas

Pertanyaan		YA	TIDAK
		Persentase	Persentase
1	Saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke produk lain yang sejenis	12	18
		47%	53%
2	Saya akan terus membeli produk toko ja-it	12	18
		47%	53%
3	Saya akan terus menjadi pelanggan toko ja-it	13	17
		44%	56%
4	Saya akan menyatakan hal-hal positif mengenai produk ja-it kepada teman-teman	16	14
		53%	47%

Berdasarkan survey awal dari 30 responden dari toko ja-it fashion menunjukan bahwa keinginan pelanggan untuk tidak berpindah ke produk lain yang sejenis pelanggan menyatakan ya sebesar 47% dan menyatakan tidak sebesar 53%. Pelanggan juga menyatakan akan membeli produk toko ja-it fashion Ya sebesar 47% dan tidak sebesar 53%. Sementara pelanggan menyatakan bahwa

akan terus menjadi pelanggan toko ja-it sebesar 44% menyatakan ya dan 56% menyatakan tidak. Lalu pelanggan akan menyatakan hal-hal positif kepada teman-teman dimana pelanggan meyatakan ya sebesar 53% dan menyatakn tidak sebesar 47%.

Loyalitas merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk baik barang atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang meskipun pengaruh situasi usaha pemasaran berpotensi merubah perilaku Terlihat dari hasil wawancara, observasi secara langsung dan hasil kuesioner awal kurangnya loyalitas pelanggan dimana pelanggan memiliki keinginan untuk berpindah ke produk lain yang sejenis.

Seperti mengharapkan puas dengan kualitas produk, kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan apa yang di harapkan pelanggan, meningkatkan nilai produk. Kepuasan pelanggan merupakan bentuk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas produk. Kemampuan produk ini untuk memberikan layanan yang terbaik pada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak konsumen, sehingga memungkinkan konsumen menjadikan pilihan pertama bilamana akan terjadi pembelian diwaktu yang akan datang, khususnya kalangan muda.

Tabel 2.1

Kuesioner Awal X_1 Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
		Persentasi (%)	Persentasi (%)
1	Produk ja-it nyaman saat digunakan	12	18
		40%	60%
2	Produk yang digunakan tidak mudah rusak	13	17
		44%	56%
3	Produk ja-it memiliki desain atau bentuk yang menarik	17	13
		56%	44%
4	Produk ja-it mudah dalam perawatannya	18	12
		60%	40%

Berdasarkan survey awal dari 30 responden dari toko ja-it fashion menunjukan bahwa Produk ja-it nyaman saat digunakan sebesar 40% pelanggan menyatakan ya dan 60% pelanngan menyatakn tidak. Pelanggan juga menyatakan Produk yang digunakan tidak mudah rusak sebesar 44% menyatakan ya dan 56% menyatakan tidak. Sementara pelanggan menyatakan bahwa Produk jait memiliki desain dan bentuk yang menarik ya sebesar 56% dan tidak sebesar 44%. Lalu pelanggan akan menyatakan produk ja-it mudah dalam perawatannya dimana pelanggan menyatakan ya sebesar 60% dan tidak sebesar 40%.

Kotler dan Amstrong (2003:22) menyatakan bahwa sesuai dengan konsep produk, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu terbaik, kinerja

terbaik, dan sifat terbaik dan bahwa perusahaan harus mencurahkan tenaganya untuk melakukan perbaikan produk secara terus menerus. Perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan dan memiliki konsumen yang setia cenderung mampu bertahan. Dimana terlihat dari hasil kuesioner dan wawancara langsung terhadap pelanggan, pelanggan merasakan produk ja-it yang kurang nyaman saat digunakan begitu juga dengan produk yang mudah rusak yang di rasakan pelanggan yang di akibatkan kualitas produk ja-it.

Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan pangsa pasar suatu produk, kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama dimana dengan semakin tingginya tingkat persaingan akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatife produk dan kualitas yang bervariasi sehinggan pelanggan akan selalu mencari nilai yang paling tinggi dari beberapa produk. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidak puasan pada pelanggan.

Tabel 3.1

Kuesioner Awal X2 Kualitas Pelayanan

Pertanyaan		YA	TIDAK
		Persentase	Persentase
4	Toko ja-it mudah di jangkau	18	12
		60%	40%
5	Karyawan ja-it mempromosikan produk dengan baik	14	16
		47%	53%
6	Karyawan ja-it dapat memahami keinginan anda	14	16
		47%	53%
7	karyawan ja-it berpenampilan rapi dan menarik	12	18
		47%	53%

Berdasarkan survey awal dari 30 responden dari toko ja-it fashion pelanggan menyatakan bahwa toko jait mudah di jangkau pelanggan sebesar 60% menyatakan ya dan 40% menyatakan tidak. Karyawan mempromosikan produk dengan baik kepada pelanggan 47% menyatakan ya dan 53% menyatakan tidak. karyawan ja-it dapat memahami keinginan pelanggan sebesar 47% menyatakan ya dan 53% menyatakan tidak. Karyawan ja-it berpenampilan rapi dan menarik 47% menyatakan ya dan 53% menyatakann tidak.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.Wyckof, (Tjiptono 2000:132). Dengan kata lain ada dua faktor

utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kelima dimensi pokok tersebut meliputi (Tjiptono, 2008:223): (1) Bukti langsung *(tangibles),* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikas; (2) Keandalan *(reliability),* yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; (3) Daya tanggap *(responsiveness),* yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap; (4) Jaminan *(assurance),* mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan; (5) Empati *(empathy),* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dimana terlihat dari hasil kuesioner dan wawancara langsung terhadap pelanggan, pelangan merasakan karyawan kurang dalam memproduksikan produk kepada pelanggan sehingga pelanggan kurang informasi karyawan juga kurang memahami apa yang di inginkan pelanggan serta penampilan karyawan ja-it yang kurang menarik dan rapih menyebabkan pelanggan kurang tertarik.

Dengan melihat situasi saat ini yang ada di toko ja-it, permasalahan yang timbul ialah melihat dari kualitas produk toko ja-it. Toko ja-it sudah menggunakan berbagai macam strategi dan saat ini yang digunakan adalah obral besar-besaran toko menekan harga serendah mungkin dan sedikit mengurangi kualitas produk yang sudah ada sehingga membuat pelanggan tertarik. Tapi semua itu tidak berjalan dengan baik karena pelanggan saat ini semakin pintar dalam memilih produk. Tidak cukup dengan harga yang murah tetapi pelanggan juga

menilai kualitas produk yang akan dibelinya. pelanggan kecewa karena kualitas produk yang ada di toko ja-it berkurang, dimana seringnya pelanggan merasakan ketidak nyamanan dalam memakai produk serta produknya yang mudah rusak. Begitu juga dengan kualitas pelayanan yang diberikan toko ja-it, karyawan kurang mengetahui tentang produk yang ditawarkan, sehingga kurangnya informasi yang diberikan kepada pelanggan menyebabkan pelanggan ragu akan produk yang akan dibelinya, mengakibatkan pelanggan berfikir lagi dalam membeli dan memilih membeli produk di toko lain.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik Kualitas Produk, Kualitas Layanan,dan Loyalitas Pelanggan yang terjadi pada toko Ja-it Fashion yang berada di Kings Shopping Center.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas maka dapat disimpulkan masalah yang ada di perusahaan adalah :

- Berkurangnya kualitas produk yang di tawarkan toko ja-it sehingga pelanggan kurang merasa nyaman dalam memakai produk serta produk yang mudah rusak.
- Kurangnya pengetahuan karyawan dalam mempromosikan produk serta memahami apa yang di inginkan pelanggan dan penampilan karyawan yang kurang menarik.

- Kurangnya kepuasan yang di dapat oleh pelanggan dengan menilai kualitas produk dan kualitas layanan yang ada di toko tersebut dan mengakibatkan pelanggan berpindah ke toko lain

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk memperjelas fokus masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, penulis menyusun identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Produk di toko Ja-it Fashion
2. Bagaimana Kualitas Layanan di toko Ja-it Fashion
3. Bagaimana Loyalitas Pelanggan di toko Ja-it Fashion
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di toko Ja-it Fashion baik secara parsial dan simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kualitas Produk di toko Ja-it Fashion
2. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan di toko Ja-it Fashion

3. Untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan di toko Ja-it Fashion
4. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di toko Ja-it Fashion baik secara parsial dan simultan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Pimpinan, sebagai informasi memahami dan memotivasi bawahan agar biasa bekerja dengan baik dan optimal.
2. Bagi Karyawan, sebagai alat bantu untuk memotivasi agar mampu bekrja secara optimal dan lebih baik.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Untuk menambah wawasan keilmuan di bidang Manajemen Bisnis terutama Kualitas Produk dan Kualitas layanan terhadap Loyalitas pelanggan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang di ambil sebagai tempat penelitian ditoko Ja-it Fashion yang bertempat di Kings Shopping Center Bandung terhitung mulai dari Bulan Maret 2014 sampai Bulan Agustus 2014

Tabel 1.4

Jadwal Kegiatan Penelitian dan Penyusunan Skripsi

NO	Uraian Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan																								
2	Studi Kepustakaan																								
3	Observasi Awal																								
4	Pendaftaran Seminar UP																								
5	Seminar UP																								
6	Pengumpulan Data																								
7	Pengolahan Data																								
8	Sidang																								