

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini merupakan satu hal yang harus dipertimbangkan bagi setiap perusahaan dan merupakan suatu masalah yang tidak ringan, tanpa dibekali kemampuan dan keunggulan bersaing serta strategi yang mumpuni, maka produk-produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan mampu bertahan atau bersaing dengan produk perusahaan lain. Perusahaan yang ingin berkembang dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan pelanggan sebagai salah satu kekuatan kunci sukses dalam bisnis. Pelanggan yang loyal memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. Loyalitas pelanggan adalah sikap positif suatu perusahaan, komitmen yang mempunyai niat untuk meneruskan pembelian di masa yang akan datang, hal ini dapat berlangsung jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutuskan ikatan kuat antara pelanggan dan perusahaan. Menurut Taufik (2017) atribut toko seperti lokasi, suasana, pelayanan dan persepsi harga dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jadi dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ialah

kualitas pelayanan, lokasi, suasana toko, harga, kualitas produk dan promosi. Loyalitas pelanggan merupakan faktor yang dapat memberikan berbagai keuntungan bagi pemasar. Oleh sebab itu segala upaya dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mempertahankan maupun meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas adalah tentang presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian sejak pembelian yang pertama. Karena pentingnya loyalitas terhadap kelangsungan hidup perusahaan, maka perusahaan harus secara continue menjaga dan meningkatkan loyalitas dari pelanggannya. Oleh karena itu untuk membangun loyalitas pelanggan, perusahaan harus memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga perusahaan dapat lebih memahami akan kebutuhan, keinginan, dan harapan para pelanggannya. Untuk itu dalam meningkatkan dan mempertahankan konsumen maupun pelanggan yang setia agar tetap menjaga loyalitas, banyak upaya yang kerap kali dilakukan seperti memberikan harga murah, diskon besar-besaran ataupun undian berhadiah untuk pembelian barang dengan total harga tertentu sebagai bentuk apresiasi dan memberikan sebuah kualitas pelayanan yang baik pada produk dan fasilitas yang memadai.

CV. Graha Insan Surya Singaraja merupakan perusahaan barang dan jasa yang bergerak dalam bidang elektronik khususnya gadget. Produk yang dijual pada perusahaan ini yaitu *handphone* berbagai jenis merk, *accessories handphone* dan jasa *service handphone*. CV. Graha Insan Surya Singaraja beralamat di Jl. A. Yani No.94, Banyuasri, Kec. Buleleng, Bali. Seiring berjalannya waktu, berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti di CV. Graha Insan Surya Singaraja memiliki beberapa masalah terkait dengan loyalitas pelanggan yang mulai

menurun. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan CV. Graha Insan Surya Singaraja yang setiap tahunnya mengalami penurunan. Adapun data penjualan selama tiga tahun terakhir di CV. Graha Insan Surya Singaraja dapat dilihat pada grafik berikut

Tabel 1. 1
Data pelanggan dan penjualan tahun 2020-2022

No	Tahun	Data Pelanggan	Data Penjualan
1	2020	378 orang	Rp 1.890.000.000
2	2021	324 orang	Rp 1.620.000.000
3	2022	297 orang	Rp 1.485.000.000
Total		999 orang	Rp 4.995.000.000

(Sumber : data CV. Graha Insan Surya Singaraja, 2022)

Berdasarkan Tabel 1.1. menyatakan data pelanggan pada tahun 2020 data pelanggan CV. Graha Insan Surya Singaraja yaitu 378 orang. Data pelanggan pada tahun 2021 mencapai 324 orang dan mengalami penurunan pelanggan CV. Graha Insan Surya Singaraja dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2022 mencapai 297 orang dan mengalami penurunan pelanggan CV. Graha Insan Surya Singaraja dibandingkan tahun sebelumnya. Sehingga total data pelanggan 3 tahun yaitu 999 orang.

Target penjualan pada CV. Graha Insan Surya Singaraja yaitu sebesar 1.500.000.000 per tahunnya. Dilihat dari data penjualan pada tahun 2020 CV. Graha Insan Surya Singaraja melebihi target penjualan yaitu sebesar Rp 1.890.000.000. Data penjualan pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp 1.620.000.000 sehingga mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp 270.000.000. Data penjualan pada tahun 2022 sebesar Rp 1.485.000.000 mengalami penurunan atau kurang dari pencapaian target dari tahun sebelumnya

yaitu sebesar 135.000.000. Sehingga total data penjualan 3 tahun yaitu sebesar Rp 4.995.000.000.

Menurunnya loyalitas konsumen diyakini dipengaruhi oleh kualitas pelayanan karyawan CV. Graha Insan Surya Singaraja. Seperti yang diketahui kualitas pelayanan yang diberikan karyawan tersebut ada konsumen yang mengeluh adanya karyawan yang kurang ramah, saat melayani masih menggunakan handphone dan kurang sabar. Pada era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan konsumen hal yang paling utama untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsumen diibaratkan sebagai seorang raja yang harus dilayani tetapi bukan berarti menyerahkan segalanya kepada konsumen. Usaha untuk memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-win solution*, yaitu keadaan di mana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan. Karena peranan pelayanan sebetulnya tidaklah sulit dan rumit, apabila didalam perusahaan itu sendiri kurang diperhatikan sisi layanan akan menimbulkan sesuatu yang sensitif dan kesenjangan antara perusahaan dan konsumen. Karena sistem pelayanan tidak hanya didukung fasilitas yang memadai tetapi juga adanya kualitas pelayanan, etika dan tata krama.

Faktor lain yang mempengaruhi menurunnya loyalitas pelanggan di CV. Graha Insan Surya Singaraja yaitu persepsi harga. penetapan harga yang semakin naik, konsumen cenderung enggan membeli suatu produk sebab keterjangkauan harga yang ditetapkan cukup tinggi sedangkan untuk konsumen sekitar wilayah tempat tersebut termasuk masyarakat kalangan menengah kebawah yang berpengaruh pada pembelian jangka panjang. Tetapi tidak semua kejadian empiris

sesuai dengan teori yang ada. Konsumen menjadi loyal karena harga yang tinggi, asumsi konsumen jika biaya yang dikeluarkan oleh konsumen akan mendapatkan kualitas produk yang baik sesuai keinginan konsumen itu sendiri.

Hal ini didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2021) hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain dilakukan Nurcahyo (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara signifikan terhadap loyalitas konsumen,

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terdapat pada objek dan subjek penelitian. pada penelitian ini menggunakan subjek konsumen di CV. Graha Insan Surya Singaraja dan objek pada penelitian ini menggunakan perusahaan CV. Graha Insan Surya Singaraja.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka penulis mengambil penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di CV.Graha Insan Surya Singaraja** ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah penelitian pada CV. Graha Insan Surya Singaraja adalah sebagai berikut :

1. Loyalitas pelanggan menurun dari tahun ke tahun dilihat dari data pelanggan dan total penjualan.
2. Pelanggan merasa bahwa harga yang diberikan cukup tinggi dan pelayanannya belum optimal.

3. Semakin banyaknya pesaing dari Cv. Graha Insan Surya yang membuat Cv. Graha Insan Surya untuk membentuk kualitas pelayanan yang baik dan persepsi harga yang bersaing agar dapat memenangkan persaingan.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan untuk memfokuskan pada masalah yang akan diteliti, maka peneliti membatasi variabel penelitian hanya terdiri dari tiga variabel yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Kualitas pelayanan dan persepsi harga sebagai variabel bebas sedangkan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Dimana indikator-indikator tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada permasalahan penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di CV. Graha Insan Surya Singaraja?
2. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan di CV. Graha Insan Surya Singaraja?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan di CV. Graha Insan Surya Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini , yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di CV. Graha Insan Surya Singaraja.
2. Untuk menguji pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan di CV. Graha Insan Surya Singaraja.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan di CV. Graha Insan Surya Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dapat memperdalam pengetahuan dan wawasan penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan suatu perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau bahan pendukung keputusan untuk masalah yang dihadapi terutama untuk memperhatikan kualitas pelayanan dan persepsi harga agar dapat mengoptimalkan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran dengan memberi masukan terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan serta dapat dijadikan sebagai acuan serta bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.