

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perkembangan usaha warung sembako di Desa Adat Tumingal sekarang ini cukup berkembang dengan pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah warung-warung yang tersedia disetiap wilayah Desa Adat Tumingal seperti di desa bagian atas sudah terdapat satu warung, di sekar bela terdapat satu warung, di delod sema terdapat tiga warung, sedangkan di wilayah anakan desa dan jantung desa terdapat lima warung tempat masyarakat berbelanja. Dengan perkembangan didunia usaha saat ini yang semakin ketat persaingannya, para pemilik warung harus bisa memutar otak untuk mempertahankan pelanggan agar tetap bertahan dan melakukan pembelian ulang (*re-buying*) sehingga terciptanya suatu loyalitas pelanggan. Masyarakat dengan kemampuannya pastinya akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pokoknya sehari-hari. Oleh karena itu, di Desa Adat Tumingal banyak sekali dijumpai beberapa usaha seperti warung sembako yang menjual aneka ragam jenis kebutuhan pokok yang diperlukan masyarakat. Adapun jumlah penduduk di Desa Adat Tumingal Karangasem 10 tahun terakhir dapat terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1  
Data Jumlah Penduduk Desa Adat Tumingal Karangasem  
Tahun 2015-2024

No	Tahun	Jumlah Penduduk (Orang)
1	2015	749
2	2016	754
3	2017	760

No	Tahun	Jumlah Penduduk (Orang)
4	2018	771
5	2019	774
6	2020	778
7	2021	781
8	2022	784
9	2023	790
10	2024	803

(Sumber: Keliang Desa Adat Tumingal, 2025)

Ditinjau dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk setiap tahunnya mengalami peningkatan pada periode 10 tahun terakhir. Dari hal tersebut, seharusnya jumlah pelanggan pada usaha seperti Warung Sembako di Desa Adat Tumingal juga mengalami peningkatan karena jumlah penduduk yang semakin banyak. Namun demikian, diantara 10 warung yang ada di Desa Adat Tumingal, hanya Warung Sembako Ibu Luh Suarni yang mengalami fluktuasi.

Warung Sembako Ibu Luh Suarni berada di Delod Sema, Desa Adat Tumingal, Karangasem. Warung Sembako Ibu Luh Suarni merupakan warung sembako yang dimiliki dan dikelola sendiri oleh Ibu Luh Suarni. Seperti layaknya warung sembako pada umumnya, warung Ibu Luh Suarni menyediakan beras, minyak, gula, garam, telur, tepung dan kebutuhan pokok lainnya. Akan tetapi, tantangan yang dihadapi oleh Warung Sembako Ibu Luh Suarni saat ini yaitu terkait penurunan jumlah pelanggan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Luh Suarni, jumlah pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni mengalami fluktuasi. Berikut adalah data jumlah pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni pada periode 2022-2024, seperti terlihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2  
Data Jumlah Pelanggan Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal  
Karangasem periode 2022-2024

Tahun	Jumlah Pelanggan Sembako (Orang)
2022	100
2023	60
2024	75

(Sumber: Warung Sembako Ibu Luh Suarni, 2025)

Ditinjau dari Tabel 1.2 diketahui terjadi penurunan jumlah pelanggan sembako pada tahun 2023 sejumlah 60 pelanggan dari tahun 2022 sejumlah 100 pelanggan. Kemudian pada tahun 2024 kembali mengalami peningkatan sejumlah 75 pelanggan. Pelanggan yang berbelanja di Warung Sembako Ibu Luh Suarni dari tahun 2022-2024 tidak selalu sama, terdapat beberapa pelanggan yang orangnya berbeda dari tahun ke tahun sehingga ada penambahan pelanggan baru dan terdapat juga pelanggan tetap yang masih berbelanja di Warung Sembako Ibu Luh Suarni. Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni mengalami fluktuasi. Berdasarkan hasil observasi awal terhadap 30 masyarakat di Desa Adat Tumingal, diketahui lebih dari setengahnya yaitu 16 masyarakat tidak konsisten berbelanja sembako di Warung Ibu Luh Suarni. Sebanyak 14 dari 30 orang tersebut menyatakan bahwa mereka mendapatkan pelayanan yang cukup bagus dari Ibu Luh Suarni dan mereka juga menyatakan bahwa mereka sangat percaya dengan produk yang ditawarkan oleh Ibu Luh Suarni. Akan tetapi, terdapat 16 masyarakat yang menyatakan kualitas pelayanan Ibu Luh Suarni kurang bagus terkadang mereka disuruh menunggu lama di warung karena Ibu Luh Suarni memiliki urusan lain seperti memberi makan babinya terlebih dahulu dari pada melayani pelanggannya selain itu ada juga masyarakat yang menyatakan bahwa terkadang Ibu Luh Suarni terlalu sibuk bermain

*handphone* sampai ada barang belanjaan yang tidak masuk ke tas belanja pelanggan. Terdapat juga masyarakat yang menyatakan bahwa terkadang mereka tidak mendapatkan barang yang mereka pesan tepat pada waktu yang dijanjikan serta ada juga yang menyatakan bahwa jumlah timbangan beras yang mereka dapat tidak sesuai dengan jumlah seharusnya, sehingga dari hal tersebut membuat turunnya kepercayaan pelanggan untuk berbelanja ke Warung Ibu Luh Suarni. Hasil observasi tersebut mengidentifikasi bahwa turunnya loyalitas pelanggan di Warung Ibu Luh Suarni diduga karena kurang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan dan menurunnya kepercayaan masyarakat di Desa Adat Tumingal terhadap Warung Sembako Ibu Luh Suarni.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang mendalam dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau membeli kembali produk atau jasa yang dipilih secara konsisten di masa depan, meskipun efek situasional dan upaya pemasaran yang cenderung menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan memegang peranan yang sangat penting dalam suatu bisnis atau organisasi bisnis. Loyalitas pelanggan meliputi komponen perilaku pelanggan seperti komponen sikap. Komponen sikap pelanggan adalah pemikiran seperti niat untuk membeli produk atau jasa tambahan dari perusahaan yang sama, kesediaan untuk merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain, dan menunjukkan kesetiaan kepada perusahaan dengan menunjukkan penolakan jika ada keinginan untuk beralih ke pesaing lain (Fatihudin dan Firmansyah, 2019). Dengan demikian dapat disampaikan bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dibentuk oleh konsumen setelah mengonsumsi produk, melakukan pembelian ulang, merekomendasikan pada orang lain, dan meningkatkan transaksi pada sebuah

perusahaan (Padang *et al.*, 2025). Oleh karena itu, loyalitas pelanggan sangatlah penting bagi suatu bisnis atau usaha untuk tetap *survive* dan mampu bersaing dengan usaha lainnya.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yakni kualitas produk dan layanan, kepuasan pelanggan, citra merek, nilai yang dirasakan, kepercayaan, relasional pelanggan, peralihan, dan dependabilitas (Hasan, 2015). Srisusilawati *et al.* (2023) juga menyatakan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan, *emotional bonding*, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman dengan perusahaan. Jadi, dapat diketahui variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk atau pelayanan, kepuasan pelanggan, citra merek, nilai yang dirasakan, kepercayaan, relasional pelanggan, peralihan, dependabilitas, *emotional bonding*, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan. Dalam penelitian ini lebih memfokuskan menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini didasari pada beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh dominan pada penelitian (Muhtarom *et al.*, 2022) dan (Lorensia & Ningrum, 2023).

Kualitas pelayanan merupakan proses dari penilaian pelanggan membandingkan harapan pelanggan dengan layanan yang pelanggan anggap telah sesuai keinginan mereka. Kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan nilai pribadi pelanggan yang terpuaskan dan mengalami *mood* yang positif terhadap pelayanan maka akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan. Jika anggapan pelanggan kepada layanan sesuai dengan yang diharapkan, sebab itu kualitas pelayanan

dipandang baik, tetapi ketika tanggapan konsumen terhadap pelayanan tidak seperti apa yang diharapkan, maka kualitas layanan dipandang buruk. Oleh sebab itu, layanan berkualitas bergantung kepada kemampuan jasa layanan agar selalu konsisten mencukupi apa yang di harapkan konsumen. Menilai kualitas layanan yang konsisten serta prima akan menunjukkan kepada konsumen layanan yang digunakan ialah yang paling baik, sehingga menghasilkan penilaian yang memuaskan, mendorong konsumen untuk terus menggunakan layanan di masa mendatang dan membangun loyalitas pelanggan (Agiesta *et al.*, 2021). Dengan demikian, pelayanan yang optimal tidak hanya soal kecepatan atau keramahan, tetapi juga akurasi informasi dan konsistensi proses (Ramadhan dan Ariasih, 2025). Diharapkan kualitas pelayanan meningkat, dengan harapan loyalitas pelanggan pada suatu bisnis atau usaha meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Muhtarom *et al.* (2022), Kasih *et al.* (2021), Agutini dan Putra (2022), serta Kurniawan *et al.* (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain oleh Dewantari *et al.* (2024), Putra dan Suarmanayasa (2023), serta Widnyana dan Suamanayasa (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun, penelitian lainnya oleh Lorensia dan Ningrum (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Agiesta *et al.* (2021) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kepercayaan pelanggan atau *customer trust* merupakan faktor yang dapat membentuk loyalitas pelanggan. Kesiediaan seorang *customer* dalam bergantung kepada perusahaan yang dipercaya merupakan definisi dari kepercayaan.

Hubungan jangka panjang antara *customer* dengan perusahaan dapat tercipta melalui adanya kepercayaan antar kedua belah pihak (Ramadhany dan Supriyono, 2022). Kepercayaan juga merupakan elemen vital sebagai aset strategi untuk pendorong bisnis, kekuatan organisasi dan kunci keberhasilan bisnis. Kepercayaan menjadi keyakinan pihak-pihak yang terlibat akan berlaku sesuai, etis dan dapat diandalkan. Kepercayaan dikarenakan pihak lain memperlihatkan kredibilitas berupa keahlian yang diinginkan untuk melakukan suatu tugas. Kepercayaan menjadi pendorong utama bagi penjual dan pembeli dalam membangun hubungan atau ikatan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, pengembangan hubungan berkomitmen sehingga perusahaan dapat membangun kesuksesan hubungan pemasaran untuk mendapatkan loyalitas atau menjaga loyalitas pelanggan. Adanya kepercayaan pada suatu perusahaan mengindikasikan pelanggan akan merekomendasikan kepada pelanggan lain. Kehilangan kepercayaan sama dengan kehilangan pelanggan karena faktor penting yang mengarah ke resistensi pelanggan jangka panjang adalah kepercayaan (Srisusilawati *et al.*, 2023).

Kepercayaan pelanggan diharapkan meningkat, dengan harapan loyalitas pelanggan pada suatu bisnis atau usaha meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Tunastini dan Telagawathi (2023), serta Dewantari *et al.* (2024) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain oleh Putri dan Telagawathi (2021), Kurniawan *et al.* (2021), Artika dan Telagawathi (2025), serta Padmawati dan Susila (2022) juga menyatakan bahwa kepercayaan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun, penelitian lainnya oleh Hafidz dan Muslimah (2023) menyatakan bahwa kepercayaan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Aini (2020) juga

menyatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk loyalitas pelanggan dari kepercayaan dapat dijelaskan sebesar 38,5%, hal tersebut menunjukkan meskipun ada pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepercayaan cenderung lemah.

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, penting dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Sembako di Desa Adat Tumingal Karangasem”.

## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal Karangasem adalah sebagai berikut.

- (1) Terjadi fluktuasi pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal Karangasem.
- (2) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Ibu Luh Suarni dirasa kurang baik oleh masyarakat Desa Adat Tumingal.
- (3) Kepercayaan dari masyarakat Desa Adat Tumingal terhadap Warung Sembako Ibu Luh Suarni mengalami penurunan.
- (4) Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada masalah kualitas pelayanan dan kepercayaan yang terjadi di Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal pada rentang tahun 2022-

2024 dan penelitian ini memfokuskan pada tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara silmutan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal Karangasem?
- (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal Karangasem?
- (3) Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal Karangasem?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji tentang hal-hal sebagai berikut.

- (1) Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal Karangasem.
- (2) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal Karangasem.
- (3) Menguji pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal Karangasem.

## 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

### (1) Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran tentang pengaruh penerapan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

### (2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi kepada Warung Sembako Ibu Luh Suarni Desa Adat Tumingal Karangasem terkait masalah kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

