

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Persaingan di era 4.0 ini semakin ketat disegala bidang, tidak terkecuali persaingan bisnis. Berbagai bisnis di Indonesia semakin berkembang, salah satu bisnis yang menjanjikan adalah bisnis kuliner. Terdapat beragam bisnis kuliner mulai dari makanan siap saji, minuman hingga roti dan kue. Roti dan kue utamanya kue tradisional banyak digemari penduduk Indonesia. Roti dan kue tidak hanya dikonsumsi sendiri tetapi juga digunakan untuk hajatan, pesta hingga untuk upacara keagamaan. Khususnya di Bali, roti dan kue tradisional sering kali digunakan untuk melengkapi sajen pada upacara-upacara keagamaan. Jajanan ini juga digunakan sebagai camilan dalam pesta pernikahan, pesta ulang tahun maupun pesta lainnya. Selain untuk pesta, roti dan camilan juga dapat dikonsumsi sehari-hari sehingga membuat jajanan ini laris manis dipasaran.

Melihat peluang bisnis yang besar ini tentunya banyak pebisnis yang berminat membangun toko roti dan kue. Hal ini menimbulkan banyaknya toko roti dan kue disuatu daerah yang mengakibatkan persaingan semakin ketat. Hal ini juga dialami oleh Toko Bunga Pertiwi Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt yang merupakan salah satu toko roti dan kue yang terkenal di wilayah Sulanyah Seririt dan Singaraja. Toko Bunga Pertiwi memiliki lima cabang diantaranya:

1. Bunga Pertiwi Jln. A. Yani 46 Singaraja
2. Bunga Pertiwi kompleks pertokoan, Singaraja Square
3. Bunga Pertiwi Lovina, Jl. Raya Kalibukbuk Singaraja Lovina

4. Bunga Pertiwi Celukan Bawang, Jl. Raya Celukan Bawang Singaraja
5. Bunga Pertiwi Sulanyah Seririt, Jl. Sudirman 100 Simpang Sulanyah Seririt.

Cabang yang pertama kali di buka adalah Toko Bunga Pertiwi yang beralamat di Jl. Sudirman 100 Simpang Sulanyah, Seririt. Seiring berjalannya waktu perkembangan Toko Bunga pertiwi yang sudah lama berdiri tentunya memiliki pelanggan tetap atau pelanggan yang loyal. Namun, dengan semakin bertumbuhnya bisnis Roti dan Kue di wilayah Seririt yang ditunjukkan dengan mulai banyaknya toko-toko roti dan kue yang sejenis sehingga mau tidak mau akan mempengaruhi jumlah penjualan toko. Data jumlah penjualan Toko Bunga Pertiwi dari tahun 2015 - 2019 seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan Toko Bunga Pertiwi dari Tahun 2015 – 2019

No	Tahun	Jumlah Penjualan (Rp)
1	2015	1.560.457.000
2	2016	1.590.678.000
3	2017	1.807.863.000
4	2018	1.799.546.000
5	2019	1.798.659.000

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, tampak bahwa jumlah penjualan tiap tahun berfluktuasi, dan 3 tahun terakhir mengalami penurunan. Banyak faktor yang mempengaruhi mengapa jumlah penjualan bisa berfluktuasi, salah satunya adalah karena banyaknya pesaing. Guna menghadapi para pesaing, banyak pebisnis mencari cara agar tetap *survive*. Salah satunya adalah dengan menumbuhkan loyalitas kepada pelanggannya. Rahayu, dkk (2016) menyatakan bahwa membuat pelanggan menjadi setia atau loyal terhadap perusahaan adalah jantung dari setiap bisnis. Hal ini dikarenakan dengan membuat pelanggan menjadi setia atau loyal

terhadap perusahaan, tentunya akan terjadi pembelian berulang dan penyebaran informasi positif oleh konsumen yang setia atau loyal tentang perusahaan melalui *word of mouth* kepada calon pelanggan perusahaan sehingga akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Loyalitas adalah sebuah keputusan konsumen secara sukarela untuk terus menerus berlangganan pada sebuah perusahaan tertentu dalam periode waktu yang panjang. Dalam konteks bisnis loyalitas dapat digunakan untuk menjelaskan kesediaan konsumen untuk berlangganan secara terus-menerus pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang lama, pembelian dan menggunakan produk atau jasa berulang dan secara sukarela merekomendasikan kepada orang lain (Suratno, dkk, 2016).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk dapat mempertahankan atau pun mencari pelanggan yang loyal tentunya. Salah satunya adalah citra perusahaan atau toko. Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Menurut Nguyen dan Le Blanc (2016), citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses di mana pelanggan membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya produk, harga, kualitas produk dan kualitas layanan. Pelanggan akan membuat persepsi yang subyektif mengenai perusahaan dan segala aktivitasnya.

Wu et.al (2016) menyatakan bahwa citra toko merupakan jalan pemikiran pembeli yang menggambarkan toko, sebagian melihat fungsi kualitas dan sebagian lagi melihat suasana toko sebagai atribut psikologis. Citra perusahaan

dapat menjadi informasi isyarat ekstrinsik bagi pembeli potensial di mana mungkin atau tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan, misalnya kesediaan untuk memberikan *word of mouth* yang positif (Rahayu, 2016). Rahayu (2016) menyatakan bahwa citra toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini sama dengan yang ditemukan oleh Kurniawati, dkk (2016) yang menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini juga didukung oleh penelitian oleh Rahayu (2016) yang memperoleh hasil bahwa citra toko dan nilai yang dipersepsikan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Suratno, dkk (2016), juga memperoleh hasil yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi, Lai et al (2016) menemukan bahwa loyalitas pelanggan tidak dipengaruhi oleh citra perusahaan. Penelitian yang dilakukan Kurniawati, dkk (2016) memperoleh hasil bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pasar yang didalamnya terdapat tingkat persaingannya cukup tinggi, mendorong perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggan mempunyai kesetiaan yang tinggi terhadap kue, dan roti yang ditawarkan pengusaha. Apabila pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan tersebut tidak akan kembali lagi pada perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan erat hubungannya dengan kepuasan konsumen, semakin terpuaskan konsumen terhadap keinginannya, akan membuat konsumen kembali lagi untuk membeli produk tersebut dan konsumen yang loyal terhadap produk itu. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya: hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar

yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Kurniawati, 2016). Loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang di pegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Ketika pelanggan menerima kualitas pelayanan yang lebih baik dari uang yang dikeluarkannya, mereka percaya menerima nilai yang baik (*good value*), di mana hal ini akan meningkatkan loyalitasnya kepada penyedia jasa. Pelanggan juga seringkali dapat menarik kesimpulan mengenai kualitas suatu jasa (*service*) atau pelayanan berdasarkan penilaian mereka terhadap tempat atau lokasi, orang, peralatan, alat komunikasi dan citra perusahaan yang mereka lihat sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian kembali dimasa mendatang (Rahayu, 2016).

Hasil penelitian Suratno, dkk (2016) juga memperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian Jean (2018) memperoleh hasil berbeda dengan penelitian sebelumnya yang meperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Rain, dkk (2018) yang memperoleh hasil kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena banyak faktor pelanggan menjadi loyal terhadap toko atau perusahaan tertentu.

Dalam penelitian ini, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah penekanan penggunaan variabel citra perusahaan atau toko dan kepuasan

pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan di Toko Bunga Pertiwi Cabang Sulanyah, Seririt. Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, penting dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Bunga Pertiwi Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt”**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada Toko Bunga Pertiwi Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt adalah sebagai berikut.

- (1) Terjadi fluktuasi penjualan di 5 tahun terakhir
- (2) Terjadi fluktuasi kedatangan pelanggan tiap tahunnya yang berimbas pada fluktuasi penjualan.
- (3) Terdapat banyak variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
- (4) Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian berkaitan dengan pengaruh citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada pengaruh citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Bunga Pertiwi Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

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

- (1) Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Toko Bunga Pertiwi, Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt?
- (2) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Toko Bunga Pertiwi, Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt?
- (3) Apakah citra perusahaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Toko Bunga Pertiwi, Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt?

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) Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Toko Bunga Pertiwi, Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt.
- (2) Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Toko Bunga Pertiwi, Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt.
- (3) Pengaruh citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Toko Bunga Pertiwi, Cabang Sulanyah, Kecamatan Seririt.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

(1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran tentang pengaruh citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

(2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi kepada perusahaan maupun toko terkait masalah citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

