

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Disebabkan oleh peningkatan kebutuhan manusia di sektor ekonomi, semakin banyak pengusaha yang memulai jenis bisnis baru, terutama yang berkaitan dengan jasa. Laundry adalah salah satu industri jasa yang berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Laundry adalah fasilitas di mana pakaian dicuci dan dikeringkan. Oleh karena itu, laundry dapat dikategorikan sebagai bentuk usaha yang menyediakan jasa pencucian pakaian dan jenis pakaian yang digunakan sehari-hari.

Saat ini cukup banyak usaha laundry yang berkembang di Indonesia. Perkembangan bisnis laundry yang menjanjikan turut mengikuti perubahan gaya hidup masyarakat, terutama di wilayah perkotaan yang padat aktivitas. Selain itu, perkembangan teknologi juga membantu bisnis laundry lantaran mampu memangkas kebutuhan operasional. Bisnis laundry semakin banyak berkembang bahkan hingga di kota-kota kecil dan pedesaan. Faktanya, bisnis laundry di Indonesia dimulai dari munculnya franchise luar negeri yang kini semakin menjamur jumlahnya. (Andryanto, 2022)

Bisnis laundry di Indonesia saat ini menunjukkan perkembangan yang tidak bisa dikatakan remeh, bukan hanya di kota besar melainkan di plosok daerah pun laundry menjamur dengan berbagai macam tawaran fasilitas dan pelayanan. Dengan perkembangan tersebut banyak para wirausahawan mulai melirik sektor bisnis tersebut. Hal ini membuat sektor bisnis laundry menjadi banyak pesaing sehingga setiap perusahaan memerlukan suatu keunikan ataupun keunggulan yang berbeda dengan para pesaingnya sehingga dapat bersaing untuk mendapatkan keuntungan dari konsumen. Dengan tumbuhnya usaha laundry tersebut membuat terbukanya lapangan pekerjaan dikarenakan kurangnya tenaga kerja dikarenakan pertumbuhan usaha laundry yang begitu cepat. (Nurimansyah & Handayani, 2019)

Penelitian ini menggunakan subjek D'Laundry Bojong Rawalumbu Kota Bekasi. D'Laundry adalah usaha yang bergerak di bidang laundry. Dalam usaha ini, pesaing yang dihadapi oleh D'Laundry adalah usaha jasa pencucian pakaian lainnya. Dalam menghadapi para pesaingnya, D'Laundry telah menyiapkan strategi khusus yaitu dengan harga jual jasa yang terjangkau, kualitas baik, efektif, efisien, proses pencucian yang dipisah-pisah untuk masing-masing jenis pakaian dan pemberian kode konsumen agar tidak tercampur atau tertukar. Serta layanan antar jemput, tempat usaha yang mudah dijangkau konsumen, memiliki penampilan yang berbeda, memberikan kemudahan transaksi bagi para konsumen serta memberikan layanan satu hari selesai (*one day service*).

Keberhasilan perusahaan komersial maupun non profit sangat bergantung pada konsep kualitas pelayanan. Karena pelanggan merasa puas, percaya, dan berkomitmen jika layanan memenuhi harapan. Pelanggan yang merasa puas, memiliki kepercayaan, dan berkomitmen terhadap suatu produk atau jasa akan lebih mudah untuk memutuskan untuk melakukan pembelian lagi. Dan kemungkinan besar, konsumen akan menjadi lebih loyal terhadap produk atau jasa tersebut. Pada akhirnya, pelanggan dan produsen akan membentuk hubungan jangka panjang yang menghasilkan kepercayaan dan loyalitas. Karena keterkaitan ini, kedua belah pihak terus berkomitmen pada hubungan. (Marcella et al., 2022)

Dalam bidang perdagangan dan jasa, kepercayaan pelanggan sangat penting. Ini tergantung pada tingkat pemenuhan kebutuhan pelanggan atau layanan yang diterima, serta tingkat kesesuaian antara harapan dan hasil aktual. Jika pelanggan mengharapkan suatu layanan pada tingkat tertentu, dan mereka merasa layanan itu lebih baik dari yang diharapkan, maka pelanggan sudah percaya. mudah untuk menarik pelanggan baru. (Adhari, 2020)

Demikian pula jika pelanggan mengharapkan suatu tingkat tertentu, dan merasa bahwa yang diterimanya benar-benar sesuai yang diharapkan, maka pelanggan tersebut telah puas. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan dirasakan lebih rendah, maka pelanggan belum puas. (Marcella et al., 2022) Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam membangun loyalitas dengan pelanggan. Loyalitas tersebut adalah salah satu tujuan yang harus

berhasil dicapai oleh perusahaan untuk melindungi pelanggan mereka dari gangguan pesaing serupa.

Pelanggan loyal adalah pelanggan yang senang dan puas dengan kualitas pelayanan yang diterimanya dan bersemangat untuk memperkenalkannya kepada semua orang. (Marcella et al., 2022). Strategi yang berlaku sekarang merupakan suatu usaha perusahaan dalam melakukan persaingan dengan menggunakan kesempatan atau peluang pasar melalui usaha membangun dan meningkatkan kinerja layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Riset tentang loyalitas pelanggan perusahaan sudah banyak dilakukan sehingga sudah terdapat standar dan ukuran yang bisa digunakan dalam mewakili kepuasan pelanggan terhadap suatu produk dan jasa perusahaan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan telah terbukti menjadi hal penting bagi kinerja terbaik perusahaan dalam jangka panjang (Putro et. al., 2014). Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui kualitas layanan, kepercayaan dan harga (kewajaran harga) bagi pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam jangka panjang loyalitas pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran jasa perperusahaan. Terdapat beberapa penelitian yang mendukung hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan, hubungan antara kewajaran harga dengan loyalitas pelanggan dan hubungan antara kewajaran harga dengan loyalitas pelanggan bisa dalam bentuk hubungan langsung maupun hubungan tidak langsung dengan diantara atau dimoderatori oleh kepuasan pelanggan.

Studi ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kewajaran harga bagi pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan D'Laundry. Terkait dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan menunjukkan masih adanya ketidakpuasan pelanggan. Sebuah perusahaan akan dikatakan besar dan sukses apabila perusahaan tersebut berhasil secara terus menerus dan konsisten dalam menjaga kepercayaan dari setiap konsumennya, baik itu kepercayaan menyangkut kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut kepada konsumen. Menjaga kepercayaan itu tentu memiliki tujuan yang lebih

penting, yaitu untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan (Chandra et. al, 2020).

Selain itu, menjaga kepercayaan juga merupakan upaya untuk memperoleh atau mendapatkan dan bahkan meningkatkan pendapatan atau keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan itu sendiri. Itulah sebabnya kesuksesan sebuah perusahaan akan lebih nyata jika harus tetap konsisten dalam menjaga kepercayaan setiap konsumen dimana pun dan kapan pun itu. (Hananda, 2018)

Namun tidak semua pelanggan mendapatkan kepuasan pelayanan dari jasa laundry yang mereka gunakan. Beberapa dari mereka bahkan mengeluhkan pakaian yang mereka cuci di laundry tersebut kurang bersih dan kurang wangi. Bukan hanya kurang bersih dan kurang wangi saja yang mereka keluhkan, bahkan beberapa dari mereka juga mengeluhkan baju yang mereka cuci di laundry mengalami kerusakan, mulai dari kerusakan, kecil, sedang sampai dengan kerusakan besar. Contoh kerusakan kecil yang dimaksud adalah terjadinya pemuaian terhadap warna pakaian atau lunturnya warna pada pakaian tersebut, terjadinya kerusakan sedang yaitu ketika mesin pengering yang tidak dapat bekerja secara maksimal dan mengakibatkan pakaian menjadi keriting. Sedangkan kerusakan besar yang dialami beberapa dari pengguna layanan laundry adalah pakaian yang mereka cuci didapati sobekan pada bagianbagian tertentu.

Ketidaktepatan waktu dalam penyelesaian laundry juga adalah salah satu kendala yang dihadapi konsumen terhadap layanan laundry. Ketika pengusaha laundry mendapatkan beberapa konsumen dengan quantity pakaian yang akan dicuci terbilang banyak, terkadang mereka mengabaikan kualitas dari pelayanan dengan alasan kurangnya tenaga kerja yang mereka gunakan. Komitmen dengan janji yang diberikan kepada konsumen sangatlah penting untuk menjaga citra dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan penelitian sebelumnya atau gap penelitian, Kusmanto et al. (2019) menemukan bahwa kualitas pelayanan Buana Laundry berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Buana Laundry.

Sabriana & Laily (2022) menemukan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketidakpuasan Laundry Starclean

Rahmadani et al (2022) menemukan kualitas pelayanan dan kepercayaan memberikan kontribusi secara nyata dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan kepercayaan memberikan kontribusi secara nyata dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan, loyalitas pelanggan memberikan kontribusi secara nyata dalam mempengaruhi kepuasan konsumen serta kualitas pelayanan dan kepercayaan memberikan kontribusi secara tidak langsung dalam mempengaruhi kepuasan konsumen usaha Laundry Rantauprapat melalui loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening. Gunawan & Firmani (2020) dengan hasil terdapat Pengaruh antara harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Laundry Di Wilayah Pejeng, Gianyar.

Sepanjang pengetahuan peneliti, studi teori pemasaran jasa dan studi empirik, studi dalam topik yang sama sudah pernah dilakukan dengan obyek yang berbeda. Secara teoritis terdapat justifikasi empirik bahwa diduga terdapat hubungan yang kuat dan kausal antara kualitas layanan, kepercayaan dan kewajaran harga bagi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Justifikasi lain yang bisa ditarik adalah adanya hubungan antara kualitas layanan, kepercayaan dan kewajaran harga bagi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun diantarai oleh kepuasan pelanggan. Disamping itu teori-teori pemasaran jasa memberi dukungan atas justifikasi yang telah dikemukakan dan pengujian teori pada situasi empirik. Dengan melakukan telaah terhadap berbagai literatur mengenai teori-teori dalam pemasaran jasa dan penelitian empirik antar kualitas layanan, kepercayaan dan kewajaran harga bagi pelanggan yang akan dilihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pemaparan di atas maka muncul keinginan untuk melakukan penelitian dengan menganalisis **Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Kewajaran harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Pada D'Laundry Bojong Rawalumbu Kota Bekasi.**

1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini, berdasarkan latar belakang di atas, adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa laundry?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa laundry?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan jasa laundry?
4. Apakah terdapat pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan jasa laundry?
5. Apakah terdapat pengaruh langsung kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan jasa laundry?
6. Apakah terdapat pengaruh langsung kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan jasa laundry?
7. Apakah terdapat pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa laundry?
8. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan jasa laundry?
9. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan jasa laundry?
10. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung kewajaran harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan jasa laundry?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa laundry
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa laundry
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan jasa laundry
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan jasa laundry
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan jasa laundry
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan jasa laundry
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa laundry
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan jasa laundry
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan jasa laundry
10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung kewajaran harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan jasa laundry

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil ini diharapkan akan bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dan sebagai

pengetahuan yang berhubungan dengan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi D'Laundry Bojong Rawalumbu Kota Bekasi. Dalam pengolahan pemasaran beserta kebijakan yang berkaitan langsung dengan aspek-aspek pemasaran secara lebih baik.