

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam era globalisasi pada saat ini dapat dilihat semakin maju dan jika dibandingkan dengan ekonomi Indonesia pada tahun-tahun sebelumnya. Dapat dilihat dimana pada saat ini banyak produsen baik di industri jasa ataupun manufacturing yang terlibat secara langsung untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dampak dari pertumbuhan ekonomi yang semakin maju ini membuat pihak produsen untuk lebih dalam menciptakan produk mereka dengan keunggulan dari produsen agar perusahaan tetap bertahan.

Industri Jasa pada saat ini sangat berkembang dengan cepat. Persaingan yang terjadi saat ini semakin bersaing. Pelayanan yang diberikan antara penyedia jasa satu dengan penyedia jasa lainnya sangat bervariasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Industri jasa yang berkembang sangat cepat pada saat ini yaitu industri percetakan.

Industri percetakan salah satu industri jasa yang dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik atas kinerja yang telah diberikan kepada pelanggan yang akan memberikan penilaian secara subjektif atau membentuk persepsi secara langsung terhadap citra perusahaan serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa yang bersangkutan.

Berdasarkan penilaian dari persepsi pelanggan maupun penilaian subjektif pelanggan terdapat banyak keluhan dirasakan oleh pelanggan serta hak – hak yang diabaikan oleh pihak penyedia jasa, keluhan dan hak – hak pelanggan tersebut menyangkut harga yang tinggi, pelayanan yang lambat dan tidak ramah, kualitas produk dan jasa yang rendah, promosi yang kurang menarik, serta jaminan purna jual yang kurang memadai. Bila hal ini selalu diabaikan oleh pihak penyedia jasa maka pelanggan akan dengan mudah untuk berpaling ke produsen lainnya yang bisa memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan.

Pentingnya citra perusahaan perlu diperhatikan oleh perusahaan dimanasuatu citra harus dibentuk secara jujur dan positif. Citra perusahaan adalah kesan yang ditimbulkan karena seluruh rangkaian pengalaman yang dirasakan seseorang bersama sebuah organisasi'' (Ford dalam Warta, 2017:71). Pada saat ini konsumen telah memandang citra perusahaan sebagian penting karena dengan citraperusahaan akan berdampak pada persepsi masyarakat mengenai baik buruknya perusahaan tersebut. Citra yang buruk akan menurunkan minat masyarakat terhadap perusahaan. Namun sebaliknya, citra perusahaan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas, sehingga dapat terciptanya loyalitas pelanggan. Maka perusahaan dituntut oleh pelanggan untuk menampilkan produk yang memiliki citramerek yang positif yang dapat membuat para pelanggan percaya terhadap produk sehingga hal tersebut dapat membuat pelanggan menjadi loyal terhadap produk yang dijual.

Perusahaan yang beroperasi dalam sektor jasa maupun barang akan mempertimbangkan mengenai seberapa pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Mana yang lebih penting antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dipersepsikan berbeda dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dipersepsikan merupakan suatu bentuk dari pihak produsen kepada pelanggan dan menjadi evaluasi jangka panjang, sedangkan kepuasan pelanggan adalah ukuran perasaan pada perbedaan atas pelayanan antara penilaian kinerja dengan harapan.

Menurut Tjiptono (2017:90) kualitas pelayanan merupakan cermin perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan espektasi pelanggan. Oleh sebab itu kepuasan pelanggan akan berlangsung dalam jangka pendek, karena semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan untuk memperoleh pelayanan yang maksimal dari penyedia jasa dengan memaksimalkan pelayanan diharapkan dapat memberikan kepuasan yang sesuai dengan harapan konsumen atau bahkan melebihi harapan mereka. Oleh karena itu, manajemen dari industri jasa perlu untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan.

Semakin kompetitif kondisi persaingan pada saat ini. Para produsen wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan adalah peranan penting dalam suatu bisnis untuk mencapai suatu kesuksesan perusahaan untuk dapat bersaing dengan yang lainnya. Kepuasan pelanggan akan menjadi sumber utama sebagai pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi dalam pemenuhan dan keinginan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan untuk daya bersaing selanjutnya.

Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama kebutuhan dan harapan pelanggan yang pada akhirnya dapat membangun kepuasan pelanggan sehingga terciptanya kesetiaan atau loyal kepada perusahaan dalam jangka panjang.

Pelanggan merupakan faktor penting bagi perusahaan. Karena Pelanggan merupakan asset yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya, dan mengingat pelanggan merupakan potensi pertumbuhan di masa yang akan datang.

Mempertahankan pelanggan merupakan prioritas utama dibandingkan dengan mendapatkan pelanggan baru. Loyalitas pelanggan perlu ditingkatkan melalui kepuasan pelanggannya. Apabila pelanggan merasakan suatu kepuasan melalui citra perusahaan yang baik dan kualitas pelayanan yang berkualitas dalam menggunakan produk dan layanan yang diberikan sehingga pelanggan akan tetap setia dan bertahan. Karena dengan tetap mempertahankan loyalitas pelanggan akan mengeluarkan biaya yang lebih sedikit dari pada memperoleh satu pelanggan yang baru bagi perusahaan.

PT Total Printing Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan digital yang berlokasi di Jalan Bawal Raya No.9, Rawamangun – Jakarta Timur. PT Total Printing Indonesia dalam kegiatan bisnisnya menawarkan produk berupa pelayanan kepada para pelanggannya. salah satu upaya perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggannya dibidang jasa percetakan digital dengan menghadirkan teknologi mesin-mesin percetakan digital yang yang masih canggih seperti mesin Digital

Print Outdoor, mesin digital print Indoor, dan mesin-mesin cetak digital lainnya. Mesin - mesin berteknologi canggih ini merupakan wujud perusahaan untuk senantiasa dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas di bidang jasa percetakan digital, sehingga pelayanan yang berkualitas tersebut diharapkan akan dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan untuk melakukan pembelian ulang jasa percetakan digital ke perusahaan. Fenomena kualitas pelayanan yang terjadi pada PT Total Printing Indonesia berdasarkan penelitian pendahuluan melalui wawancara awal dengan pelanggan tetap perusahaan adalah sebagai berikut. Kualitas pelayanan berupa empati belum maksimal diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan berupa kehandalan belum maksimal diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan berupa daya tanggap belum maksimal diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan berupa jaminan juga belum maksimal diberikan oleh perusahaan. Fenomena loyalitas pelanggan yang terjadi pada PT Total Printing Indonesia berdasarkan penelitian pendahuluan melalui wawancara awal dengan pelanggan tetap perusahaan adalah sebagai berikut. Pelanggan belum sepenuhnya loyal kepada perusahaan yang terwujud dari sikap pelanggan yang tidak melakukan orderan ulang ke perusahaan. Pelanggan juga belum sepenuhnya loyal kepada perusahaan yang terwujud dari perilaku pelanggan yang tidak berkenan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang membutuhkan jasa digital printing.

Penelitian mengenai pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan telah banyak diteliti dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Diantara beberapa penelitian tersebut terdapat inkonsistensi hasil penelitian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hilman Ardianta Putra (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan menurut Uswatul Hasanah (2018) menyimpulkan hasil yang negatif, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Joster Togatorop (2018) menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Namun hal ini tidak sesuai dengan hasil

penelitian Doli Martin (2020) menemukan bahwa kualitas layanan (X_1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Z).

Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya bahwa terdapat adanya ketimpangan atas hasil dari penelitian bahwa menurut penelitian Hilman Ardianta Putra (2017) bahwa hubungan antara citra perusahaan terhadap loyalitas berpengaruh positif, sedangkan menurut penelitian Uswatul Hasanah (2018) bahwa hubungan antara citra perusahaan dengan loyalitas pelanggan tidak berpengaruh signifikan. sedangkan untuk hasil penelitian kualitas pelayanan menurut Joster Togatorop (2018) bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh signifikan, hasil ini berbeda dengan penelitian Doli Martin (2020) bahwa antara hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan tidak berpengaruh.

Berdasarkan adanya ketimpangan dari hasil penelitian diatas , maka peneliti tertarik mengambil judul “ Analisis Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan ”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing – masing variabel terhadap loyalitas pelanggan. Dengan penelitian ini diharapkan untuk mengetahui strategi apa yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang setia/loyal.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Ada banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dan salah satunya adalah citra perusahaan dan kualitas pelayanan . Adanya research gap tersebut maka peneliti ingin melakukan penelitian ulang, dan permasalahan yang hendak dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasaan pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun ?

3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun ?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun ?
6. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun ?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun?
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun?
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun?
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun?
5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun?

6. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun?

7. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di PT Total Printing Indonesia Kantor Cabang Rawamangun?

1.4. Manfaat penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan menerapkan teori yang telah diperoleh pada saat penelitian ke dalam kehidupan nyata.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris pada ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam citra perusahaan dan kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para akademis dalam mengembangkan penelitian dimasa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan lebih memperhatikan citra dan kualitas pelayanan. Bisa juga dengan menambahkan promosi agar nama perusahaan dapat melekat di benak masyarakat.