

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam era globalisasi ini persaingan dalam dunia bisnis sangat ketat dan juga tidak dapat dihindarkan lagi. Oleh karena itu perusahaan sangat membutuhkan ide-ide untuk menarik para konsumen dan juga meningkatkan kinerja perusahaan dan kualitas pelayanan kepada konsumen, Menurut Peter & Olson (1996), dalam melayani konsumen perusahaan memerlukan strategi bisnis yang tepat untuk bersaing di dunia bisnis, maka dari itu perusahaan harus mampu memilih strategi bisnis yang tepat dan juga mampu memilih konsep strategi yang baik untuk bersaing dengan perusahaan atau bisnis yang sejenis atau tidak sejenis. Terlebih saat ini banyak pesaing yang mampu menawarkan dan mendekati konsumen dengan cara yang sama ataupun lebih baik, hal ini disebabkan karena konsumen lebih konsumtif memilih dan juga kritis sehingga konsumen jaman sekarang sangat berhati-hati membelanjakan uang mereka, baik dalam segi harga dan juga kualitas produk atau jasa yang di tawarkan.

Strategi pemasaran yang tepat merupakan hal penting yang dapat mendukung perusahaan untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain, sehingga perusahaan tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan konsumen, menurut Tjiptono(2000) kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di samping produk fisik yang dihasilkan. Kualitas pelayanan sangat penting mengingat bahwa konsumen yang puas akan kembali mempergunakan jasa tersebut dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan, karena persepsi konsumen mengenai kualitas jasa tersebut dibentuk dan dipengaruhi oleh konsumen lain, maka kualitas pelayanan yang baik salah satu bentuknya menjadikan konsumen yang loyal, maka menurut Oliver (1997:392), loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi yang menyebabkan perubahan perilaku.

Griffin (2002:133) menyatakan bahwa “sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai, dan secara terus menerus berupaya untuk memperbaikinya”.

Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian di tea gula resto yang berada di jalan surya sumantri.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di tea gula resto”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka permasalahan yang dapat diungkapkan adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di tea gula resto?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan tea gula resto terhadap loyalitas konsumen?

## **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Peneliti mengadakan penelitian ini dengan maksud untuk mengumpulkan data dan mengolah data yang berhubungan dengan judul skripsi yang telah dipilih. Sedangkan berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan tea gula resto terhadap loyalitas konsumen.
2. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan tea gula resto terhadap loyalitas konsumen.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan terhadap kepuasan pelanggan

2. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan kepada perusahaan tentang apa yang dibutuhkan pelanggan dan penelitian dapat memberikan gambaran, pemikiran, referensi tentang pentingnya kualitas pelayanan bagi perusahaan