BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi keberhasilan dalam bidang perekonomian merupakan salah satu kunci utama untuk mencapai kesuksesan dan keberhasilan dalam mendirikan suatu usaha. Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidakpastian memaksa suatu usaha untuk mencapai keunggulan kompetitif agar mampu ikut serta dalam persaingan di bisnis global.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu usaha agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. (Levitt, 1987:137). Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap usaha harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. (Tjiptono, 1997:19).

Dalam perkembangan ekonomi khususnya saat ini di daerah kota Bandung dan sekitarnya, ternyata mengalami perkembangan yang cukup pesat. serta dari tahun ketahun penduduk di kota ini semakin meningkat, peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkatnya pula kebutuhan manusia, baik kebutuhan pokok

maupun kebutuhan sekunder. Dari mulai kebutuhan akan tempat tinggal kebutuhan sehari-hari sampai pada kebutuhan tersier semakin hari semakin meningkat. maka pada situasi seperti ini menuntut kejelian pihak pengusaha untuk melihat pergeseran dan perubahan keinginan serta kebutuhan para konsumen membuat suatu usaha kewalahan dalam menyusun strategi untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis yang diakibatkan kemajuan zaman. Dimana kepuasan konsumen sangat diutamakan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan untuk membiayai kelangsungan operasi suatu usaha.

Peranan Tas pada masa sekarang ini semakin besar, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya jumlah macam model tas dimana-mana. maka persaingan sesama usaha tas semakin tajam. Pelayanan yang disediakan UD.Tas Rendy tidak hanya memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan saja, tetapi juga harus dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Untuk lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan maka diperlukan upaya-upaya untuk lebih memahami, mengevaluasi serta menemukan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan tersebut, maka diharapkan menciptakan loyalitas pelanggan. selain menyediakan dan memperhatikan pelaksanaan pelayanan, hal lain yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan adalah keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan, ketepatan waktu penyampaian barang dan sebagainya.

Pelanggan yang loyal merupakan aset setiap usaha. Menurut Oliver (1997:392), loyalitas adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang.

sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merek, perusahaan untuk mendapatkan loyalitas atau kesetiaan konsumen perlu strategi pemasaran yang tepat dan kompleks. Konsumen akan menjadi loyal pada merek-merek yang berkualitas dan menawarkannya dengan harga yang wajar selain itu para penjual juga beranggapan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada suatu produk jika produk tersebut mudah didapatkan saat dibutuhkan, dan yang tidak kalah penting loyalitas terbentuk melalui promosi yang ditawarkan perusahaan dengan mengkomunikasikan kebaikan-kebaikan produknya. (Tjiptono, 2004).

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UD.TAS RENDY CIMAHI”**

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka penulis mencoba untuk mengidentifikasi masalah yang akan dibahas, sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UD.Tas Rendy?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UD.Tas Rendy?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UD.Tas Rendy.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UD.Tas Rendy.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, diharapkan akan bermanfaat bagi penulis dan suatu usaha selaku obyek penelitian. Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan ilmiah dan pengalaman, terutama dalam mengaplikasikan teori yang diterima di perguruan tinggi dengan praktek yang ada di suatu usaha.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gagasan pemikiran dan bahan masukan yang bermanfaat bagi UD.Tas Rendy, dalam mengambil keputusan, khususnya dalam hal kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UD.Tas Rendy.