

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan persaingan bisnis dewasa ini yang semakin meruncing, mengharuskan perusahaan untuk senantiasa berinovasi dan berusaha untuk selangkah lebih maju dari para pesaingnya. Hal yang umum dilakukan oleh perusahaan adalah dengan inovasi produk, penentuan harga, pelayanan yang memuaskan, dan lain-lain. Hal tersebut dilakukan guna mencapai tujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Industri jasa saat ini sedang mengalami kenaikan, hal ini didasari oleh kebutuhan-kebutuhan dan tuntutan hidup untuk orang-orang yang sudah terlalu sibuk untuk mengurus kehidupan lainnya diluar pekerjaannya.

Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua bisnis yang ada, tetapi kebanyakan perusahaan tidak menyadarinya Untuk mencapai loyalitas pelanggan banyak hal yang bisa dilakukan perusahaan dalam memberikan rasa puas kepada pelanggannya, hal itu dapat berupa pemberian pelayanan yang lebih baik kepada konsumen melalui fasilitas yang lebih lengkap dan memadai, serta peningkatan pelayanan dari para karyawannya. Dengan alasan itulah kualitas pelayanan sangat diperlukan oleh perusahaan, karena dengan kualitas pelayanan yang lebih baik, maka akan dapat menumbuhkan sifat

loyal konsumen kepada perusahaan, sehingga perusahaan akan tetap dipercaya oleh konsumennya.

Mempertahankan pelanggan agar tidak berpaling ke perusahaan yang lain, merupakan salah satu hal yang senantiasa dipelihara oleh perusahaan. Loyalitas pelanggan secara umum dapat dinilai berdasarkan lamanya pelanggan dalam menggunakan jasa, serta kesetiaan pelanggan untuk tidak menggunakan jasa lain yang sejenis, dalam hal ini pelanggan hanya menggunakan jasa perusahaan yang selama ini digunakan.

Sebagaimana diketahui bahwa tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan perasaan puas pada pelanggan. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek, serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2000)

Pelanggan seringkali tidak loyal oleh karena salah satu sebab, misalnya karena kualitas pelayanan yang buruk atau kualitas yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan.

Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan, dalam pasar yang sudah ada saat ini banyak produk dengan berbagai keunggulan dan nilai lebih yang ditawarkan, sehingga perusahaan sulit untuk merebut pangsa pasar pesaing. Selain itu untuk memasuki pasar baru diperlukan biaya yang besar. Dalam jangka panjang, maka loyalitas pelanggan

lah yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Persaingan terjadi di berbagai macam sektor, salah satunya juga terjadi pada sektor usaha jasa pencucian mobil profesional. Auto Bridal Surya Sumantri Bandung sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa pencucian mobil juga tidak lepas dari persaingan yang ada. Disamping itu pesaing yang dihadapi telah terlebih dahulu mendirikan usaha serupa seperti Bomb Car Wash, Auto City, dan New Kartika.

Auto Bridal merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang memiliki penggabungan antara produk berwujud dan pelayanan. Produk berwujud yang tersedia antara lain, aksesoris mobil, yaitu kaca film, *wiper*, parfum, dan lain-lain. Sedangkan pelayanan yang tersedia berupa jasa pencucian mobil. Kedua aspek tersebut yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yang bejung pada loyalitas.

Untuk dapat menarik pelanggan dan pelanggan merasa puas dengan pelayanan dari perusahaan, maka perusahaan tidak hanya memperhatikan dan meningkatkan produk berwujud saja, namun perusahaan juga harus meningkatkan kualitas pelayanan yang menunjang.

Dean (2007) mengemukakan bahwa loyalitas adalah dimana konsumen akan merekomendasikan, dan melakukan pembelian ulang di masa depan. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan dasar dari rantai keuntungan dari kepuasan, perusahaan harus memperkuat pemahaman mereka tentang ini dan memahami konsekuensinya. Ini langkah pertama yang

perlu dilakukan untuk memastikan hasil yang menguntungkan dari upaya pelayanan. Oleh karena itu kebutuhan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih dalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi praktisi bisnis dan mahasiswa pemasaran.

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan, dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI AUTO BRIDAL BANDUNG"**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting dalam mencapai loyalitas pelanggan dalam upaya memperkuat *image/citra* produk, diharapkan pada situasi persaingan antara perusahaan, serta perilaku konsumen tersebut. Berdasarkan uraian tersebut dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan AUTO BRIDAL di surya sumantri Bandung?
2. Berapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di AUTO BRIDAL Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di AUTO BRIDAL Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di AUTO BRIDAL Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai unsur faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam menentukan kualitas pelayanannya. Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat berguna dan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi perkembangan keilmuan, terutama ilmu manajemen pemasaran, dalam hal kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, sebagai pembanding maupun sebagai sumbangsih pemikiran dan informasi bagi mereka yang tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang yang sama.

2. Kegunaan Praktis

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