

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang perhatian terhadap loyalitas pelanggan sudah selayaknya mendapatkan perhatian yang lebih besar, karena loyalitas pelanggan menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. di era globalisasi ini mengingat semakin pentingnya loyalitas pelanggan dalam dunia bisnis dan manajemen. Penting bagi perusahaan untuk memperhatikan loyalitas pelanggan akan produk dan jasa yang ditawarkannya. Mengingat pada dasarnya tujuan dari dunia bisnis tidak hanya fokus pada volume penjualan dan kepuasan pelanggan saja melainkan juga pada loyalitas pelanggan. Dimana pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian ulang atau kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, hal tersebut yang harus diberikan perhatian lebih oleh perusahaan atau para penyedia produk dan jasa, guna menjaga keberlangsungan berdirinya perusahaan dalam jangka panjang.

Seiring perkembangan zaman dan dalam era globalisasi ini ketatnya persaingan, harga, kualitas produk, pelayanan dan promosi yang terjadi didunia bisnis, diantara para penyedia produk atau jasa akan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Dimana banyaknya alternatif pilihan yang ditawarkan oleh para penyedia produk dan jasa kepada para konsumen memberikan juga peluang kepada para konsumen untuk memilih produk atau jasa mana yang akan dipilih dalam memenuhi kebutuhannya.

Pemasaran merupakan suatu faktor penting dalam upaya sebuah perusahaan meningkatkan volume penjualan. Pentingnya peran pemasaran didalam suatu perusahaan tidak dapat lagi terpisahkan sebagai fungsinya dalam menjaga keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Dimana didalam suatu perusahaan peran manajemen pemasaran dituntut lebih

tidak hanya sekedar mampu mewujudkan dan memproduksi barang dan jasa dalam jumlah dan jenis yang sama. Yang mana pada saat ini konsumen sudah dihadapkan pada banyaknya pilihan dan penawaran. Perusahaan harus jeli dan mampu menganalisa, mengetahui akan apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan mengerti bagaimana memberikan yang terbaik kepada konsumen. Dengan mampu memberikan dan mewujudkan apa yang telah menjadi kebutuhan dan hal yang diinginkan oleh konsumen berarti juga memberikan peluang kepada perusahaan atau para penyedia barang dan jasa untuk tetap bisa eksis dalam persaingan.

Hal ini berarti terdapat peluang akan keberlangsungan hidup perusahaan jika mampu mengelola dan membangun loyalitas pelanggan. Selaku perusahaan sebagai penyedia barang atau jasa sudah sewajarnya perusahaan memberikan yang terbaik. Sebagai pelanggan atau konsumen memang sudah selayaknya mendapatkan yang lebih dari perusahaan dan apabila konsumen sudah menjadi pelanggan, maka perusahaan harus bisa membuat pelanggan loyal dan menjaga loyalitas terhadap produk atau jasa yang telah tawarkan.

Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan loyalitas pelanggan juga dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembelian yang konsisten (Griffin, 2011:31). Dengan terciptanya loyalitas pelanggan akan tercipta pula suatu hubungan yang harmonis antara konsumen dengan perusahaan, hubungan yang harmonis adalah dasar yang baik guna terjadinya pembelian ulang dan juga bisa menjadi suatu rekomendasi dari konsumen kepada calon konsumen yang lainnya. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007)

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang diterima apakah melampaui dari apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Pelayanan yang nyata mereka rasakan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan dari suatu perusahaan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Studio photo dan video shooting Horizontal studio, memberikan tawaran produk dan jasa berupa dokumentasi foto maupun video, yang di era modern ini sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi sebagian orang yang mereka anggap bisa memberikan kesan yang berarti dalam mengingat masa lalu yang pernah terjadi dikemudian hari, dialami atau dilakukan dalam kehidupannya. Foto ataupun video bisa dijadikan kenang-kenangan terhadap perjalanan hidup yang mereka alami.

Ada banyak hal yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan atau produsen penyedia barang dan jasa untuk para pengguna produk dan jasa dalam memenuhi kebutuhan kesehariannya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memperhatikan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan kepada para konsumen. ketatnya persaingan dunia bisnis di studio photo dan video shooting Horizontal Studio. Berikut data pengunjung yang pernah datang atau menggunakan produk atau jasa pada studio photo dan video shooting Horizontal studio pada tahun 2019.

Tabel 1.1
Data pengunjung pada Studio photo dan video shooting Horizontal studio Tahun 2019

No	Bulan	Lama	Baru	Pengunjung
1	Januari	8	3	11
2	Februari	9	4	13
3	Maret	5	2	7
4	April	8	5	13
5	Mei	5	2	7
6	Juni	4	3	7
7	Juli	9	4	13
8	Agustus	5	3	8
9	September	7	4	11
	Jumlah	60	30	90

Data pada tabel diatas menunjukkan kunjungan konsumen baru dan lama ke Horizontal studio Video Shooting tahun 2019 mengalami fluktuasi, di mana kunjungan baru tertinggi yaitu pada bulan April mencapai 5 kunjungan, dan kunjungan baru terendah pada bulan Mei yang mencapai 2 kunjungan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak Horizontal studio terus ditingkatkan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Melihat dari data tersebut mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan mengalami penurunan, hal ini terlihat dari data pengunjung lama mencapai 60 orang, namun pengunjung baru mencapai 30 orang. Salah satu faktor yang dapat menyebabkan turunnya loyalitas pelanggan adalah kualitas jasa. Dimana kualitas jasa yang diterima dipersepsikan kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan yang diharapkan sehingga konsumen tidak melakukan kunjungan ulang.

Selanjutnya, mengenai beberapa variabel yang akan menjadi variabel dalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu malakukan wawancara kepada konsumen terkait dengan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Dari hasil wawancara tersebut, sebagian konsumen menilai kualitas video yang dihasilkan oleh Studio photo dan video Shooting Horizontal Studio sangat baik dan bagus, editan yang begitu sangat rapih dan

bersih dan tidak hanya sampai disitu. Ketajaman serta kejernihan video yang dihasilkan sangat memuaskan.

Disisi lain, terdapat konsumen yang menilai pada kualitas jasa dari Horizontal Studio didapatkan informasi adanya konusmen yang komplain mengenai kualitas yang dihasilkan serta waktu penyelesaian video tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Kemudian terkait dengan masalah loyalitas, didapatkan bahwa konsumen pertama kali menggunakan jasa Horizontal Studio dan akan memikirkan ulang untuk mengunjungi kembali, akan beralih ke jasa lain yang serupa. Namun ada konusmen yang akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga, atau mengajak orang lain/keluarga, sebelum menggunakan horizontal Studio, selalu membandingkan dulu kualitas merk lain dan akan melakukan komplain apabila tidak puas dengan produk.

Memperlihatkan banyaknya jumlah kunjungan ulang, maka penting bagi seorang pemasar untuk meningkatkan atau menjemput konsumen dan meningkatkan penjual ditengah ketatnya persaingan. Hasil produksi yang diproduksi oleh Horizontal Studio menitik beratkan pada kualitas jasa video dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai **pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan (Suatu Penelitian di Horizontal Studio Kota banjar)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang telah dikemukakan, maka identifikasi dari masalah ini adalah:

1. Bagaimana kualitas jasa di Horizontal Studio Kota Banjar
2. Bagaimana loyalitas pelanggan jasa di Horizontal Studio Kota Banjar
3. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan di Horizontal Studio Kota Banjar

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kualitas jasa di Horizontal Studio Kota Banjar.
2. Loyalitas pelanggan di jasa Video Horizontal Studio kota Banjar
3. Pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan di Horizontal Studio kota Banjar.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kegunaan, beberapa kegunaan tersebut bagi:

1. Penulis

Sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman dalam berbagai penelitian dan juga latihan penerapan teori-teori pengetahuan yang penulis terima dan dipelajari dari di Jurusan Manajemen Pemasaran.

2. Fakultas Ekonomi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Pihak Perusahaan

Memberikan informasi kepada perusahaan agar perusahaan mengetahui peran dari kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan Horizontal studio Khususnya pada Video.

4. Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi yang menghadapi masalah serupa.

1.5 Tempat dan Waktu Penelitian

1. **Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Jl. Dipati Ukur No. 109 Kota Banjar

2. **Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan selama 6 bulan dimulai dari bulan Oktober 2019 sampai bulan April 2020.