

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis yang semakin kompetitif, loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor kunci yang menunjukkan keberhasilan suatu usaha. Loyalitas usaha tidak hanya mencerminkan kepuasan terhadap atau layanan yang diberikan, tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia jasa atau barang. Dengan memiliki pelanggan yang loyal, sebuah bisnis dapat meningkatkan stabilitas pendapatan, mengurangi biaya pemasaran, dan memperkuat posisi dalam persaingan pasar. ¹

Usaha yang mampu bertahan adalah usaha yang mampu memiliki sistem perencanaan yang baik dalam mengelola usahanya. Dewasa ini, untuk menjaga pelanggan agar tetap loyal terhadap usaha atau bisnis, hendaknya setiap pelaku wirausaha harus mengevaluasi strategi penjualan, yakni memperbaiki kualitas produk, pelayanan, harga dan jeli melihat peluang bisnis di era modren ini dan lainnya. Agar pelanggan merasa nyaman dan datang terus menerus karena mendapatkan kepuasan dari produk yang kita jual kepada para pelanggan, sehingga para pelanggan pun loyal terhadap para pelaku wirausaha. ²

¹ Nathaza Gayatry Woen and Singgih Santoso, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Normal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen," *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 10, no. 2 (2021): 146, <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>.

² Achmad Sani Alhusain, "Kendala Dan Upaya Pengembangan Industri Batik Di Surakarta Menuju Standardisasi," *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik* 6, no. 2 (2015): 199–213.

Menurut Griffin Loyalitas pelanggan ialah mesin penggerak kesuksesan suatu bisnis. Namun, usaha untuk mempertahankan konsumen, yang merupakan bagian penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan, bukanlah hal yang mudah. Perusahaan perlu mengintegrasikan seluruh dimensi bisnis dan menemukan cara terbaik untuk menciptakan nilai bagi para konsumennya. Dengan menghadirkan nilai yang signifikan, perusahaan dapat membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen.³

Loyalitas merupakan hal penting, yang menggambarkan komitmen pelanggan untuk terus membeli produk atau menggunakan layanan dari Toko Buana. Loyalitas ini tercermin dari perilaku pembelian berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan ketahanan terhadap penawaran dari pesaing. Dengan memahami loyalitas pelanggan, Toko Buana dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan basis pelayanan mereka.⁴

Hubungan antara bisnis dan loyalitas pelanggan sangatlah erat dan saling menguntungkan. Loyalitas pelanggan mencerminkan kepercayaan dan kepuasan yang dibangun melalui pengalaman positif dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Ketika pelanggan merasa dihargai dan puas, mereka cenderung untuk kembali dan melakukan pembelian berulang, yang

³ Ayu Bunga Pertiwi, Hapzi Ali, and Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3, no. 6 (2022): 582–91.

⁴ Muhamad Aditya Nugraha, Citra Savitri, and Syifa Pramudita Faddila, "Loyalty At BNI Bank Karawang Branch Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Dalam Meningkatkan Loyalitas" 4, no. 4 (2023): 4677.

pada gilirannya meningkatkan pendapatan dan stabilitas bisnis. Selain itu, pelanggan yang loyal sering kali menjadi duta merek, merekomendasikan produk kepada orang lain dan membantu memperluas jangkauan pasar.

Secara umum loyal memiliki arti setia, dan loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas pelanggan lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya. Faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menurut Basu Swastha & Hani Handoko ⁵ yaitu Harga, kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, Display dan Atmosfer Toko. Sementara yang saya dijadikan variabel dalam penelitian ini hanya harga dan kualitas pelayanan. Harga berperan penting karena pelanggan sering kali membandingkan harga dengan nilai yang mereka terima sehingga mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu, kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan pelayanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, mendorong mereka untuk kembali dan merekomendasikan produk atau layanan. Kombinasi kedua variabel ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi untuk membentuk loyalitas pelanggan.

⁵ Danang Kusnanto Ericca Nindya Regita, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Giant Tole Iskandar Depok,” *Manajemen* 11, no. 17 (2021): 399–405.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Terdapat beberapa indikator dalam harga yang diantaranya : keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat produk. Dalam bisnis, strategi penetapan harga menjadi aspek penting untuk mencapai tujuan perusahaan, seperti meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, atau memaksimalkan keuntungan. Ada berbagai faktor yang memengaruhi penetapan harga, seperti biaya produksi, harga pesaing, persepsi konsumen terhadap nilai produk, serta kondisi ekonomi secara umum. Selain itu, harga juga dapat digunakan sebagai alat promosi atau positioning produk, misalnya dengan menetapkan harga premium untuk menciptakan citra eksklusif atau harga diskon untuk menarik lebih banyak konsumen. Dengan demikian, harga tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga memiliki peran strategis dalam mengembangkan bisnis.

Fandy Tjiptono mendefinisikan bahwa Pelayanan bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan sering disebut pula *front office* atau *frontstage*. Berdasarkan definisi tersebut, pelayanan dapat dilihat sebagai sebuah perpaduan antara proses internal yang mendukung

tercapainya layanan berkualitas dan interaksi langsung dengan pelanggan yang menjadi wajah utama dari pelayanan itu sendiri. *Service operations* mencakup segala aktivitas di belakang layar seperti perencanaan, pengelolaan sumber daya, dan pelaksanaan prosedur untuk memastikan efisiensi dan efektivitas operasional. Sementara itu, *service delivery* melibatkan interaksi langsung dengan pelanggan, di mana kualitas layanan dinilai secara nyata melalui sikap, komunikasi, dan kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan atau menyelesaikan permasalahan pelanggan. Keseimbangan dan koordinasi yang baik antara back office dan front office menjadi kunci keberhasilan dalam memberikan pengalaman pelayanan yang optimal kepada pelanggan.

Menurut Cravens & Piercy faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen yaitu : Performa produk atau jasa, citra perusahaan / produk / merk, hubungan harga dengan nilai, kinerja atau prestasi karyawan, persaingan, sistem pengiriman produk yang tepat waktu dan Kepuasan pelanggan. sementara yang dijadikan variabel itu hanya kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan sebagai variabel tersebut dalam penelitian ini penting karena kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan keputusan pembelian. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan produk berkualitas tinggi meningkatkan kepuasan pelanggan⁶. Selain itu, kepuasan yang tinggi mendorong

⁶ Dedek Kurniawan Gultom, Muhammad Arif, and Muhammad Fahmi, "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan," *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan* 3, no. 2 (2020): 273–82.

rekomendasi positif dari pelanggan, yang dapat meningkatkan reputasi dan penjualan perusahaan. Dengan demikian, menjadikan kepuasan pelanggan sebagai fokus penelitian membantu memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen dan strategi bisnis yang lebih efektif.

Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Berdasarkan Atribut Toko Pada Kedai Kopi di Tasikmalaya : penelitian sebelumnya menunjukkan atribut toko seperti lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di kedai kopi.⁷ sedangkan penelitian yang saya angkat yaitu Kualitas pelayanan, Harga dan Keputusan pelanggan signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Toko Buana di Sukarame Tasikmalaya adalah usaha milik H. Ismail Husni yang awalnya berfokus pada konveksi dan penjualan mukena. Didirikan pada tahun 2010, toko ini kini menyediakan alat-alat konveksi dan pembuatan buket merek Ar-rahni . H. Ismail Husni yang sebelum nya berjualan roko asongan di daerah bogor pada tahun 1992, berhasil mengembangkan bisnisnya berkat kerja keras dan dukungan keluarga. Toko ini dikenal di kalangan masyarakat dan telah memperluas jangkauan.

Toko Buana merupakan toko yang menjual berbagai alat jahit yang berlokasi di Kp.Sukarame Des.Sukawangun Kec.Karangnunggal Kab.Tasikmalaya salah satu toko yang memiliki banyak konsumen/pembeli

⁷ Adhitya Rahmat Taufiq, "Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Berdasarkan Atribut Toko Pada Kedai Kopi Di Tasikmalaya," *Jurnal Ekonomi Manajemen* 3, no. 2 (2017): 129–36, <https://doi.org/10.37058/jem.v3i2.334>.

perbulan mencapai 1.120 orang.⁸ Namun, seiring dengan berkembangnya usaha yang sama di daerah tersebut, tingkat persaingan semakin tinggi. Toko Buana menghadapi tantangan untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya di tengah berbagai pilihan alternatif yang ditawarkan oleh toko-toko lain. Oleh karena itu, penting bagi Toko Buana untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Toko Buana juga menerapkan nilai-nilai prinsip syariah yaitu selalu melakukan dzikir pagi bersama untuk kelancaran bisnisnya dalam melibatkan Allah SWT dengan segala urusannya sebelum membuka toko, karyawan harus memakai pakaian syar'i untuk menjunjung tinggi etika dan akhlak, karyawan juga menerapkan sifat jujur yang sesuai dengan sifat Nabi yaitu Sidiq, 15 menit sebelum dan sesudah adzan toko ditutup dan Toko menetapkan harga barang yang sama baik penjual mempunyai banyak produk alat jahit yang berkualitas, namun Toko ini memiliki menu produk andalan mereka, yaitu Jarum Jahit dan Benang jahit dengan berbagai macam varian warna.

Manajer Toko Buana menyatakan bahwa produk yang mereka jual sangatlah pantas jika dibanding dengan harga yang sudah ditetapkan. Karena mereka percaya dengan kualitas produk mereka, pelayanan yang ramah tamah, serta fasilitas yang diberikan toko buana tersebut sangatlah mereka jaga agar pelanggan merasa puas. Sehingga toko buana tersebut mempertahankan harga yang sudah ditetapkan hal tersebut ingin menghindari *Gharar*.

⁸ Karyawan Rosa Susanti, "Hasil Wawancara."

Menurut manajer tersebut, jumlah pelanggan / konsumen yang membeli alat jahit ke toko tersebut berkisar 30 orang hingga 70 orang perharinya, namun pelanggan toko tersebut sebagian besarnya dari kampung lain seperti kampung Cilumba, Cipanagon, Citamiang, Wangunwati, Sukawangun, Nangela, Bantar, Tutugan, Cikatomas dan lainnya. Presentase pelanggan dari kampung lain sebesar 80% dan pelanggan dari kampung sukarama sendiri hanya 20% saja.⁹

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Toko Buana di Sukarama Tasikmalaya sangatlah penting karena loyalitas pelanggan berkontribusi langsung terhadap keberlangsungan bisnis. Faktor seperti Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan memahami Faktor-faktor ini, Toko Buana dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kinerja bisnis dalam lingkungan yang kompetitif.

Adapun permasalahan didalam penelitian ini masyarakat sering kali mencakup keluhan mengenai ketersediaan barang, pelayanan dan responsibilitas karyawan . Banyak pelanggan yang merasa bahwa waktu tunggu terlalu lama, maksudnya dari segi kedatangan distributor barang dalam jangka waktu tunggu satu minggu, serta pada saat transaksi dikarenakan minimnya karyawan dan juga stok barang tidak selalu tersedia

⁹ Manager Toko Muthia Rahni F, "Wawancara Di Toko Buana, Tanggal 23 November 2024," 2024.

secara tetap (misalnya dari pihak toko dalam 1 minggu ini menyediakan barang renda ziper, dan untuk minggu kedua si barang tersebut tidak dikirim kembali oleh pihak distributornya dikarenakan perkiraan pihak toko dalam waktu minggu pertama itu mulai menurun dari segi pelanggan yang membutuhkan barang tersebut, tetapi pada kenyataannya ada juga 10% nya pelanggan yang masih membutuhkan barang tersebut). Selain itu, saat interaksi pelayanan terhadap pelanggan yang menyebabkan tidak gerak cepat dalam melayani pelanggan sehingga kurangnya responsif terhadap pelanggan dikarenakan karyawan kurang. Hal ini berdampak pada tingkat loyalitas konsumen akan semakin berkurang. Sedangkan Masalah pada kepuasan pelanggan yaitu mencakup beberapa faktor yaitu : kualitas yang tidak konsisten (Pelanggan A kecewa karena benang jahit warna BW merek Cipa tidak dikirim kembali setelah habis, akibat variasi dalam pengiriman dari distributor). Kualitas pelayanan, seringkali tidak memuaskan dengan keluhan terkait waktu tunggu terlalu lama karena kurangnya staf karyawan. Sementara pada harga yaitu adanya kesenjangan harga dengan daya beli masyarakat Sukarame mengatakan harga di toko tersebut yang terlalu mahal, namun menurut pembeli dari kp lain menyatakan bahwa harga yang ditetapkan toko buana tersebut standart (murah). Dan Permasalahan dari Loyalitas pelanggan adalah persaingan yang ketat karena ada beberapa toko yang menjual alat-alat konveksi selain toko buana (pelanggan mudah

berpindah ke kompetitor jika mereka menawarkan harga lebih murah, kualitas yang baik dan layanan yang lebih baik.¹⁰

Disini peneliti akan mengangkat sebuah permasalahan di atas pada sebuah toko yang ada di Kp.Sukarame, yaitu Toko Buana. Toko ini mempunyai banyak produk alat jahit yang berkualitas, namun Toko ini memiliki produk andalan mereka, yaitu Jarum Jahit dan Benang jahit dengan berbagai macam varian warna.

Tabel 1. 1 Daftar Produk yang dijual Toko Buana

Daftar Produk	Harga	Harga Pesaing
Benang Obras Putih	17.500 / Pcs	18.000 / pcs
Benang Obras Hitam	8.500 / Pcs	9.000 / pcs
Benang Obras Warna	8.500 / pcs	9.000 / pcs
Benang Jahit Hitam, Putih, Bw	14.000 / pak	14. 000 / pak
Benang Jahit Warna	14.000 / pak	14. 500 / pak
Resleting	5.000 / Lusin	5.000 / Lusin
Karet P4 dan P5	51.000 / kg	49 .000 / kg
Karet P6 dan P8	49.000 / kg	47.000 / kg
Karet P10 dan P12	45.000 / kg	43.000 / kg
Renda 12cm	175.000 / pak	173. 000 / kg
Renda Karet	175.000 / kg	173. 000 / kg

¹⁰ Muthia Rahni F.

Spon Polos	175.000 / Iket (10 lembar)	172.000 /Iket (10 lembar)
------------	-------------------------------	------------------------------

Tabel diatas menunjukan daftar produk beserta harga di Toko Buana. Toko Buana tidak hanya menjual produk tersebut, namun masih banyak produk lainnya seperti berbagai jenis gunting, jarum, kampas dinamu, puli dan lain-lain. yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu pada daftar tabel diatas. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten ¹¹.

Komitmen pelanggan tersebut akan terwujud apabila mengetahui kebutuhan dan hal apa yang diinginkan oleh pelanggan, sehingga pelanggan dapat mengambil langkah yang tepat dalam memilih tempat ia berbelanja. Seorang pelanggan itu dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal apabila seorang pelanggan tersebut merasa puas dengan pelayanan, harga dan produk serta mempunyai komitmen yang kuat untuk membeli barang tersebut.

Dari beberapa uraian permasalahan di atas, dan berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk memilih Toko Buana sebagai tempat

¹¹ Gultom, Arif, and Muhammad Fahmi, "Determ. Kepuasan Pelangg. Terhadap Loyal. Pelangg. Melalui Kepercayaan."

penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Toko Buana di Kp.Sukarame)”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yang sudah di susun secara sistematis yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Buana ?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Toko Buana ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Buana ?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan Toko Buana ?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Toko Buana ?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Toko Buana ?
7. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Toko Buana ?

C. Tujuan

1. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Buana ?

2. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Toko Buana ?
3. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Buana ?
4. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan Toko Buana ?
5. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Toko Buana ?
6. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Toko Buana ?
7. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Toko Buana ?

D. Manfaat

Penelitian ini memiliki tiga manfaat baik secara Akademik, Praktis dan Umum :

1. Manfaat Akademis
 - a. Sebagai studi perbandingan antara pengetahuan teori yang diperoleh diperguruan tinggi dengan praktiknya di dunia usaha, khususnya tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada toko buana di sukaramas tasikmalaya.
 - b. Menambah referensi perpustakaan Fakultas Agama Islam dan Prodi Ekonomi Syariah pada bidang pemasaran mengenai loyalitas pelanggan terhadap wirausaha alat konveksi dan Sebagai tambahan

referensi bagi pihak lain yang ingin mengembangkan penelitian sejenis pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk memperbaiki serta evaluasi pengusaha toko buana terhadap cara mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
- b. Meningkatkan loyalitas pelanggan, toko dapat mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan keuntungan melalui pelanggan setia dan memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

3. Manfaat Umum

Memiliki manfaat bagi masyarakat dan bisnis. Penelitian ini dapat membantu toko buana meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dan penelitian ini dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kualitas pelayanan dan harga dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.