

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pesatnya perkembangan dan perubahan masyarakat Indonesia mengarah pada kehidupan negara maju dimana semua serba praktis dan waktu menjadi sangat berharga sehingga berdampak pada semakin banyaknya unit pengusaha baru yang di rilis masyarakat baik yang berskala kecil, menengah maupun yang berskala besar. Padatnya aktivitas seseorang menyebabkan kurangnya perhatian terhadap aktivitas rumahan, salah satunya seperti mencuci. Aktivitas masyarakat yang padat menjadi salah satu alasan munculnya usaha-usaha baru yang bergerak di bidang jasa laundry termasuk jasa laundry sepatu.

Studio Cuci Sepatu Malang adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa perawatan dan pembersihan sepatu yang terletak di Jl. Raya Tlogomas Kota Malang. Studio Cuci Sepatu Malang berdiri sejak tahun 2019 hingga saat ini, bahkan pada saat pandemi studio ini mampu bertahan ditengah banyaknya bisnis yang mengalami kesulitan dan terpaksa menutup usahanya. Selain membersihkan sepatu, Studio Cuci Sepatu Malang juga menawarkan layanan perbaikan dan pemulihan sepatu. Dengan mengutamakan pelayanan, kebersihan, kenyamanan, dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan cara atau strategi yang diterapkan pada perusahaan untuk lebih meningkatkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan perusahaan Permana (2022). Mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka (Ramadhan et al., 2021). Sedangkan menurut (Albi et al., 2021) kualitas pelayanan yaitu fungsi dari segala sesuatu yang didapat oleh pelanggan dengan cara langsung dan bagaimana pelayanan tersebut dilakukan. Suatu

perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas yang melebihi pesaingnya agar pelanggan lebih tertarik menggunakan jasa mereka.

Kepercayaan adalah kemauan untuk bergantung pada penjual yang dapat dipercaya Morman dalam sukma dalam (Karim et al., 2020). Sebuah perusahaan akan dikatakan besar dan sukses apabila perusahaan tersebut berhasil secara terus menerus dan konsisten dalam menjaga kepercayaan dari setiap konsumennya, menjaga kepercayaan itu tentu memiliki tujuan yang lebih penting, yaitu untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan (Chandra *et al*, 2020). Membangun kepercayaan pada orang lain merupakan hal yang tidak mudah. Itu tergantung pada perilaku kita dan kemampuan orang lain. Sehingga suatu perusahaan perlu meningkatkan kemampuannya dalam memberikan layanan yang dapat membentuk kepercayaan konsumen.

Menurut Irlia (2022) kepuasan konsumen merupakan perasaan individu yang muncul akibat proses membandingkan efektivitas suatu produk atau jasa serta hasil yang dirasakan dengan harapan pelanggan, jika kinerja lebih tinggi dari harapan konsumen maka akan timbul perasaan puas, dan begitu pula sebaliknya jika kinerja lebih rendah dari harapan konsumen maka akan muncul rasa kecewa. Perusahaan harus mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Berikut data pelanggan periode tahun 2023 bulan agustus hingga bulan januari 2024.

**Tabel 1.1** Data *membership* Studio Cuci Sepatu  
Agustus 2023-Januari 2024

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah pelanggan</b>
Agustus	197
September	180
Oktober	150
November	161
Desember	201
Januari	167

Sumber: Studio Cuci Sepatu tahun 2023-2024

Dari tabel 1.1 data jumlah pelanggan Studio Cuci Sepatu dari Agustus 2023 hingga januari 2024 diketahui bahwa Studio Cuci Sepatu mengalami fluktuasi dalam beberapa bulan terakhir, yang disebabkan oleh beberapa faktor.

Hal ini menyebabkan loyalitas konsumen semakin menurun pada Studio Cuci Sepatu hingga Januari 2024. Hal ini diakibatkan beberapa faktor kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen semakin menurun. Salah satu faktor utamanya adalah perubahan tren fashion dan gaya hidup masyarakat, di mana permintaan untuk perawatan sepatu mungkin mengalami penurunan sementara, dan persaingan yang semakin ketat dari bisnis sejenis juga dapat mempengaruhi jumlah pelanggan yang datang ke studio ini. Selain itu, adanya perubahan harga jasa atau kualitas layanan yang diberikan juga dapat memainkan peran penting dalam fluktuasi data pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa fenomena ini mengindikasikan terjadinya perubahan tingkat kepuasan pelanggan di Studio Cuci Sepatu.

**Data 1.2** Data Pendapatan Studio Cuci Sepatu

Agustus 2023-Januari 2024

<b>Bulan</b>	<b>Pendapatan</b>
Agustus	6.938.000
September	7.494.000
Oktober	5.294.000
November	5.435.000
Desember	5.454.000
Januari	5.223.000

Sumber: Studio Cuci Sepatu

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa penjualan dari bulan Agustus – Januari semakin menurun. Hal ini karena loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa cuci sepatu pada Studio Cuci Sepatu semakin menurun. Oleh karena itu beberapa hal yang harus di evaluasi untuk meningkatkan loyalitas konsumen agar tetap loyal dan semakin meningkat julan konsumen yang loyal.

Menurut (Kotler et al., 2021) kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Kepuasan pelanggan terhadap Studio Cuci Sepatu ini sangat penting, ketika konsumen merasa puas, perusahaan harus mencoba terus menjalin dan mempertahankan hubungan

dengan konsumen, begitu pula sebaliknya ketika konsumen tidak puas maka perusahaan harus mencari tahu penyebab ketidakpuasan tersebut dan berusaha menarik kembali minat konsumen. Hal ini dapat dijadikan acuan selanjutnya untuk strategi menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa dan produk yang ada di Studio Cuci Sepatu. Berikut data *review* pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan pada periode 2023 – 2024.

**Tabel 1.3** Data Kepuasan Pengguna Studio Cuci Sepatu 2023 – 2024

<b>Bulan</b>	<b>Review</b>
Maret 2023	Yyun Enji “Br pertama kali cuci Sepatu disini, eh ternyata hasilnya memuaskan bgt. Mas nya jg ramah. Pengerjaan 1 hr selese dengan harga 40rb menurutku sesuai sih dengan hasilnya, recommended bgt deh pokonya”
Oktober 2023	Annisa Julianti Putri “selalu langganan disini, kdg nyoba key g lain tapi ujung – ujungnya tetep balik lagi kesini sksksks. Best banget sih, adminnya jg ramah dan baik bgttt Bintang 100! Pengerjaannya jg sat set wat wet lurr wkwkwk. Mana wangi nya semerbakk bgt, so in love w/ scs”
Oktober 2023	Alief Wahyudi “Berlangganan sejak awal buka dan tau kl deket rumah. Pengerjaan cepet, bersih, pelayanan ramah dabess pokonya top markotop”
Desember 2023	Yudha Nata “servis dan hasil sangat rekomended, untuk reparasi juga rapi, jangan ragu buat cuci sepatu/reparasi

Bulan	Review
	disini. Selalu langganan disini gk pernah kecewain. Sukses terus buat studi cucu sepatu”.
Februari 2024	Widya Prajna “Bersih, jadi lebih putih ketimbang cuci biasa untuk sepatu putih. Kalo udah selesai juga bakal di WA. So far puas, sekarang lagi nyoba repaint dan ngelem Sepatu lainnya, semoga oke hasilnya”

Sumber: Google Maps Studio Cuci Sepatu

Berdasarkan tabel 1.3 diketahui bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam mengukur kualitas produk/jasa suatu perusahaan. Namun, meskipun mayoritas pelanggan merasa puas, penting bagi perusahaan untuk tetap memperhatikan dan menanggapi setiap komentar atau masukan yang mungkin sangat berdampak baik dan buruknya kepada perusahaan. Jika Studio Cuci Sepatu tidak bisa memenuhi harapan pelanggan atau terdapat kegagalan dalam pelayanannya, hal ini tentunya dapat menyebabkan ketidakpuasan yang signifikan dan berpotensi merusak citra Perusahaan.

Studio Cuci Sepatu merasakan persaingan yang semakin ketat dengan jasa Laundry lainnya, dikarenakan tidak hanya Studio Cuci Sepatu yang membuka usaha Laundry yang ada di Malang dan sekitarnya. Persaingan yang terjadi bukan saja dari sisi teknologi peralatan laundry yang semakin canggih, tetapi juga persaingan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Saat ini, konsep kualitas layanan telah menjadi faktor yang dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi (Sulistiyani, 2001). Adapun data pesaing sejenis jasa laundry sepatu di kota Malang sebagai berikut

**Tabel 1.4** Data Pesaing Cuci Sepatu

Pesaing	Kondisi Pesaing
1. Starwash Shoe	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Review google maps 5,0 dari 219 ulasan</li> <li>2. Rata rata pelanggan merasa puas dan memberikan komentar positif tentang pelayanan toko mereka</li> </ol>
2. Cleanvast Jasa cuci Sepatu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reveiw google maps 4,3 dari 137 ulasan</li> <li>2. Banyak pelanggan belum merasa puas akan hasilnya.</li> <li>3. Respon pelayanan kurang baik dan tidak memberikan solusi kepada pelanggan.</li> </ol>
3. Kiki Shoe Wash and Care	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Review google maps 5,0 dari 28 ulasan</li> <li>2. Rata rata pelanggan merasa puas dengan hasilnya.</li> <li>3. Respon pelayanan baik dan ramah</li> </ol>

Sumber: Google Maps

Berdasarkan tabel 1.4 diketahui bahwa di Kota Malang terdapat beberapa pesaing yang sejenis dengan Studio Cuci Sepatu. Kota Malang merupakan salah satu kota pelajar sehingga bisnis laundry sepatu sangat diperlukan untuk mereka yang tidak sempat mencuci karena padatnya kegiatan. Untuk mempermainkan persaingan dengan usaha yang sejenis, setiap perusahaan membutuhkan sebuah strategi pemasaran yang efektif perusahaan akan mampu memengaruhi minat konsumen dan membuat konsumen tersebut loyal dengan merek perusahaan.

Menurut (Oliver, 2020). Loyalitas konsumen merupakan komitmen yang kuat dari konsumen untuk secara konsisten membeli produk pilihan pada masa depan, meskipun berbagai kendala situasional dan upaya pemasaran yang

berpotensi menyebabkan konsumen berpaling. Perusahaan harus membangun loyalitas konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan dan hasil kerja yang konsisten, menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan, menerima masukan dan umpan balik pelanggan, dan mereka juga menerapkan program loyalitas yang menguntungkan seperti diskon khusus, hadiah atau bonus, dan program referral untuk mendorong pelanggan kembali menggunakan jasa mereka.

Konsumen yang loyal adalah salah satu peluang untuk mendapatkan konsumen baru. Mempertahankan konsumen lama dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi sebuah perusahaan. Konsumen yang telah menjadi pelanggan setia cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan, dan konsumen lama juga dapat menjadi duta merek yang efektif dengan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Kualitas keterhubungan yang terdiri dari kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas. Secara keseluruhan, mempertahankan konsumen lama berpotensi meningkatkan reputasi perusahaan, memperluas jaringan pelanggan, dan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena tersebut, penulis ingin melakukan analisa yang mendalam tentang variabel apa saja yang membuat konsumen loyal dengan menggunakan jasa Studio Cuci Sepatu ini. Faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen menjadi fokus utama yang diduga mempengaruhi loyalitas konsumen untuk menggunakan jasa Studio Cuci Sepatu. Oleh karenanya, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Laundry Studio Cuci Sepatu Malang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Studio cuci sepatu?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Studio cuci sepatu?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Studio cuci sepatu?

## **C. Tujuan**

Berdasarkan uraian rumusan masalah sebelumnya peneliti telah menetapkan tujuan untuk penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Studio cuci sepatu.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada Studio cuci sepatu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Studio cuci sepatu.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang perilaku konsumen. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini akan membantu para peneliti dan praktisi dalam memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam. Selain itu juga dapat membantu perusahaan memahami dan meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada keberhasilan bisnis mereka.