

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif sebagai upaya untuk mempertahankan atas usaha yang dijalankan (Purwanto, 2022). Pada dasarnya kesetiaan pelanggan sangat dibutuhkan oleh perusahaan sebagai upaya untuk memaksimalkan pencapaian usaha. Pelanggan setia akan cenderung membeli lebih banyak produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, tidak lebih memilih produk atau jasa perusahaan lain, tidak mencoba produk baru, dan mendorong orang lain untuk menjadi pelanggan (Suwono dan Sihombing, 2016). Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dan loyalitas pelanggan bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya (Rahmadiane, 2022).

Loyalitas pelanggan dapat dibangun dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (Subawa, 2020). Kualitas layanan dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, dalam jangka Panjang. Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting terhadap pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Putra, 2021). Menurut Tjiptono (2017) kualitas pelayanan adalah tingkat kelebihan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat kelebihan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan yang baik akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan, sehingga dengan adanya kenyamanan tersebut pelanggan akan bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Hasil penelitian Dewi (2018), Putri & Utomo (2017) dan Fitriani (2016) menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Selanjutnya ketika konsumen merasakan ketidakpuasan, konsumen akan enggan untuk menggunakan lagi barang/jasa perusahaan. Konsumen akan cenderung untuk mencari

perusahaan lain yang mereka anggap akan menawarkan tingkat kepuasan yang diharapkan. Apabila tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terkait satu sama lain, menunjukkan bahwa pelanggan yang puas tidak selalu pelanggan yang setia (Putra, 2021). Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana pelanggan menciptakan tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merk perusahaan (Kotler 2016). Konsumen yang puas, mereka akan cenderung untuk lebih sering memakai barang/jasa dari perusahaan tadi, maka akan menjadi pelanggan yang loyal (Djayapranata, 2020). Hasil penelitian Sucihati (2022), Agiesta (2021), Nur Aini (2020) dan Wati (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat berbanding lurus dengan meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat Indonesia akan makanan dan minuman. Bisnis kuliner merupakan peluang usaha yang tidak akan mati, karena setiap harinya manusia membutuhkan makanan, apalagi Malang merupakan tempat wisata yang setiap harinya banyak wisatawan berdatangan. Hal tersebut juga bisa dijadikan sebagai peluang pada pengusaha kuliner di Kabupaten Malang tentunya. Hal ini tentunya menuntut para pembisnis untuk semakin kreatif dalam menetapkan strategi yang tepat bagi perusahaan sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi konsumen untuk tetap loyal. Dari berbagai banyak bisnis kuliner yang tumbuh di Kabupaten Malang, Sego Sambel Kasemo merupakan salah satunya. Tempat makan yang berkonsep unik dengan mengusung tema adat Jawa mulai dari design interior dan eksterior. Semua pembangunan yang dilakukan oleh Sego Sambel Kasemo semata mata hanya untuk menarik konsumen dengan memberikan jaminan kepuasan sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ridwan (2021), Putra (2021), Ninrum & Dwiridotjahjono (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil berbeda ditunjukkan hasil penelitian Agiesta (2021) dan Khoerunisa & Vikaliana (2022), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan hasil penelitian Putra (2016) kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Adanya perbedaan atau *gap research* penelitian menjadi motivasi untuk melakukan kajian mengenai kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas, dengan judul: **Pengaruh Kualitas**

## **Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sego Sambel Kasemo Malang)**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang timbul dalam penelitian ini:

1. Bagaimana kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Sego Sambel Kasemo Malang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Sego Sambel Kasemo Malang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sego Sambel Kasemo Malang?
4. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Sego Sambel Kasemo Malang?
5. Apakah kepuasan pelanggan menjadi intervening pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Sego Sambel Kasemo Malang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Sego Sambel Kasemo Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Sego Sambel Kasemo Malang
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sego Sambel Kasemo Malang
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Sego Sambel Kasemo Malang
5. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan mampu menjadi intervening pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Selain itu hasil penelitian ini dapat sebagai pembandingan dan pengembangan lebih lanjut bagi kegiatan penelitian sejenis yang dilakukan sehingga penelitian ini lebih berkembang

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan dalam penentuan strategi pemasaran yang lebih tepat dan efektif dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam hal ini mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening.

