

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA SWALAYAN LUWES DI PATI
JAWA TENGAH**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

BAMBANG HERIAWAN
B 100 040 156

**FAKULTAS EKONOMI - MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2008

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan sosial ekonomi yang terus terjadi dalam proses perkembangan suatu negara membuahkan tantangan baru dalam dunia bisnis. Para eksekutif pemasaran harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Mereka harus dapat memenuhi tuntutan konsumen tentang pelayanan yang lebih baik dan memuaskan serta dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Dari sudut pandang intern perusahaan, diperlukan suatu strategi agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut pasar. Untuk itu dibutuhkan analisis perilaku konsumen untuk mengetahui sejauh mana tingkat kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen terhadap pemilihan suatu produk. Analisis perilaku dan kepuasan konsumen sangat diperlukan, mengingat keberhasilan suatu usaha bukan dibutuhkan oleh produsen saja, tetapi justru dikehendaki dan dibutuhkan konsumen. Karena konsumenlah yang sebenarnya menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar pelanggan dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan dengan langkah-langkah pelayanan optimal bagi pelanggan.

Selain itu perubahan lingkungan persaingan dapat mengakibatkan perubahan perilaku konsumen, pendapatan masyarakat secara perlahan-lahan bertambah, perkembangan pendidikan, kemajuan teknologi, pengaruh hubungan sosial yang semakin luas adalah beberapa faktor yang memungkinkan terjadinya perubahan perilaku konsumen.

Berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam menjual barang atau jasa tergantung dari usaha yang sungguh-sungguh dalam pemasaran. Dalam fungsi pemasaran, pelayanan yang berkualitas memegang peranan yang sangat penting. Kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran. Untuk itu kemampuan merumuskan dan menyusun program-program pemasaran yang tepat merupakan salah satu masalah utama dalam menciptakan proses pertukaran antara produsen dan konsumen. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas setelah bertransaksi.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Fandy Tjipto, 1998: 147). Riset konsumen untuk mengungkapkan reaksi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dengan tingkat kepuasan yang berkaitan dengan pelayanan tersebut sangat relevan dan dibutuhkan oleh perusahaan yang berorientasi pada konsumen.

Selanjutnya perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan membuat persaingan produk semakin meningkat tajam. Perusahaan-perusahaan tersebut dengan berbagai jalan berusaha untuk mendapatkan konsumen yang baru dan berusaha untuk mempertahankan konsumen yang lama atau dengan kata lain perusahaan-perusahaan tersebut berusaha mendapatkan loyalitas dari konsumen. Loyalitas konsumen merupakan sesuatu yang sangat diperlukan oleh perusahaan. Kotler, Hayes dan Bloom (2002) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. *Pertama:* pelanggan yang sudah ada lebih prospektif, artinya pelanggan setia akan memberi keuntungan besar pada perusahaan. *Kedua:* biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibanding biaya untuk menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. *Ketiga:* pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan cenderung akan percaya juga dalam urusan lainnya. *Keempat:* biaya operasi perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan setia. *Kelima:* perusahaan dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial disebabkan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan ataupun produk perusahaan. *Keenam:* pelanggan setia akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Oleh karena begitu pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan, maka pada saat ini seluruh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun

jasa selalu berusaha agar konsumen loyal terhadap perusahaan. Keinginan untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap perusahaan juga dialami oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan khususnya toko swalayan. Karena pada saat ini begitu banyak bermunculan berbagai jenis toko swalayan. Sehingga kemungkinan pelanggan untuk berpindah pada toko lain menjadi lebih besar.

Untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan, perusahaan sebaiknya memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Faktor *pertama* yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, maka kualitas pelayanan haruslah diutamakan. Kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi untuk memenuhi kualitas pelayanan seperti yang diharapkan pelanggan, pihak swalayan harus memberikan pelayanan yang prima dan unggul. Faktor *kedua* yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu yang telah membuktikan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dilakukan oleh Yu dan Dean (2001), untuk menciptakan kepuasan pelanggan manajemen dituntut untuk melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan. Berbagai perubahan tersebut diharapkan menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan melihat pentingnya kepuasan dan loyalitas pelanggan bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SWALAYAN LUWES DI PATI JAWA TENGAH”.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di swalayan Luwes Pati?;
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di swalayan Luwes Pati?;
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di swalayan Luwes Pati?;
4. Di antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, variabel manakah yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di swalayan Luwes Pati?.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan di swalayan Luwes Pati.
4. Untuk menganalisis di antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui tanggapan dari konsumen tentang kepuasan terhadap pelayanan sehingga pihak toko swalayan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar konsumen/pelanggan loyal terhadap swalayan..

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan disiplin ilmu yang diteliti serta memperoleh gambaran yang lebih rinci mengenai kinerja pelayanan perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai masukan untuk perkembangan penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran dalam bentuk skripsi untuk menambah referensi bagi penelitian yang sejenis.

E. Sistematika Skripsi

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, bagian awal terdiri atas halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan fakultas, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran dan abstraksi.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan mengemukakan teori-teori yang mendukung atau mendasari dalam penelitian yang meliputi: penelitian terdahulu, pengertian dan arti penting perilaku konsumen, teori perilaku konsumen, pemasaran jasa, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan teori-teori lain yang mendukung serta tinjauan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi kerangka pemikiran, hipotesa, jenis penelitian, populasi, sampel dan sampling, jenis data, definisi operasional variabel dan pengukurannya, serta teknik pengumpulan data serta teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi ganda.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi gambaran umum perusahaan yaitu sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, lokasi perusahaan, proses produksi, pemasaran, juga berisikan tentang analisa data dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran