

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang ini, semakin padat dan dinamisnya kinerja seseorang, menuntut untuk dapat mengatur waktu dengan sebaik mungkin. Namun kebanyakan orang belum mampu membagi waktu, apalagi bagi seorang pekerja, untuk melakukan hal-hal yang sebenarnya mudah namun sulit untuk dilakukan, seperti halnya mencuci pakaian. Pekerjaan seperti ini memang mudah dilakukan, namun untuk kebanyakan orang di kota besar membagi waktu untuk mencuci pakaian cukup sulit yang disebabkan padatnya aktifitas yang dilakukan. Dalam permasalahan ini, pilihan untuk menggunakan jasa *laundry* adalah solusinya.

Sekarang ini, dimanapun kita akan sering menemukan jasa *laundry* yang berlomba memberikan harga murah untuk menarik konsumen, hal ini tentu saja disukai para konsumen. Namun perkembangan bisnis yang semakin meningkat dan semakin kompleks menimbulkan banyaknya persaingan yang menuntut perusahaan untuk tanggap terhadap kondisi pasar. Tujuan dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan kualitas. Menurut *Lewis dan Booms* (1983) dalam *Tjiptono* (2007:121) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas jasa bias diwujudkan

melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Ketika pelanggan sudah merasakan kualitas dari pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan, dan menganggap perusahaan tersebut mampu memahami apa yang mereka inginkan. Bagaimanapun pelanggan merupakan tujuan utama suatu perusahaan, dengan mencari strategi yang tepat untuk menciptakan kualitas yang baik dalam perusahaan yang nantinya akan memperoleh loyalitas dari pelanggan. Menurut Morais (2005:104) dalam Sangadji dan Sopiah (2013) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa adalah Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi yang bertempat di jalan Bintara Jaya RT 001 RW 009 No.51 Bekasi Barat. Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi ini didirikan pada tanggal 1 Juli 2010 oleh Bapak DL Sitorus. Di perusahaan ini kualitas jasa lebih diutamakan, karena kualitas jasa merupakan hal utama yang diberikan daripada harga murah. Hal ini dibuktikan dengan status dari Sultan Laundry Hotel sebagai salah satu *laundry* dengan harga yang mahal dari pesaingnya.

Tabel 1.1
Komparasi Harga Jasa Laundry

No	Nama Laundry	Harga / kg
1.	Sultan Laundry Hotel	Rp 8.000
2.	Clean Horre Laundry	Rp 7.000
3.	Berlian Wash	Rp 6.500
4.	Pollaris Laundry & Dry Cleaning	Rp 6.000
5.	Putri Zakia Laundry & Dry Cleaning	Rp 5.000

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa harga jasa Sultan Laundry Hotel lebih mahal dibandingkan jasa *laundry* lain di jalan Bintara Jaya Bekasi Barat.

Di setiap harinya Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi juga berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kepuasan pelanggan-pelanggannya, dengan membuat program-program seperti : pelayanan yang baik, tepat waktu, dan memberikan kartu VIP dengan memberikan potongan harga 10% bagi pelanggan tetapnya. Hal ini bisa dilihat dari tingkat pertumbuhan jumlah pelanggan Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi di tengah tahun 2011-2014.

Tabel 1.2
Tingkat Pertumbuhan Jumlah Pelanggan
Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi

Tahun	Jumlah Pelanggan	Δ (Perubahan Jumlah Pelanggan)
2011	5568	29,65
2012	4395	23,40
2013	4942	26,31
2014	3877	20,64

Sumber : Supervisor Sultan Laundry Hotel

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa tingkat pertumbuhan pada tahun 2011 jumlah pelanggan Sultan Laundry Hotel sebanyak 5568 pelanggan (29,65%), pada tahun 2012 jumlah pelanggan Sultan Laundry Hotel sebanyak 4395 pelanggan (23,40%), pada tahun 2013 jumlah pelanggan Sultan Laundry Hotel sebanyak 4942 pelanggan (26,31%) dan pada tahun 2014 jumlah pelanggan Sultan Laundry Hotel sebanyak 3877 pelanggan (20,64%). Dapat dilihat bahwa telah terjadi naik naikan dan penurunan pelanggan Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014. Hal ini menjadi hal yang penting untuk dicermati, sebab dengan demikian loyalitas pelanggan untuk menggunakan jasa Sultan Laundry Hotel masih berkurang.

Di bawah ini adalah tabel yang menjelaskan jumlah pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi yang diambil pada tanggal 19 Mei 2015, berdasarkan sumber yang diperoleh dari perusahaan diketahui data pelanggan sebagai berikut.

Tabel 1.3
Data Pelanggan Sultan Landry Hotel cabang Bekasi
Januari – April 2015

Bulan	Jumlah Pelanggan	Presentase (%)
Januari	489	20,38
Februari	506	21,09
Maret	527	21,98
April	495	20,63
Mei	382	15,92

Sumber : *Supervisor* Sultan Laundry Hotel

Berdasarkan hasil tabel 1.3 dapat diketahui bahwa Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan dari bulan Januari sampai dengan bulan Mei 2015. Dengan jumlah pelanggan yang menurun mengindikasikan adanya ketidakloyalan pada pelanggan Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi.

Penting bagi penulis untuk memperoleh keyakinan bahwa kualitas jasa memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu penelitian ini berjudul **“ANALISIS PENGARUH *TANGIBLE*, *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*, *ASSURANCE*, DAN *EMPATHY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SULTAN LAUNDRY HOTEL CABANG BEKASI”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *tangible* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh *reliability* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi?
3. Bagaimana pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi?
4. Bagaimana pengaruh *assurance* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi?

5. Bagaimana pengaruh *empathy* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi?
6. Bagaimana pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi
- b. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi
- c. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi
- d. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi
- e. Untuk mengetahui pengaruh *empathy* terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi
- f. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi ?

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang berguna dan dapat menambah wawasan dalam pengetahuan mengenai perilaku konsumen yang berhubungan dengan pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan di Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi.

b. Secara Praktis

Penelitian ini berguna untuk memberikan masukan dan informasi bagi Sultan Laundry Hotel cabang Bekasi sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan strategi di masa yang akan datang.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian- penelitian berikutnya untuk menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.