

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, dunia usaha mengalami perkembangan yang pesat. Semua ini mengasumsikan kebutuhan konsumen yang berbeda. Hal ini mendorong dunia usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan produk dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan mendistribusikannya melalui pasar tradisional dan modern.

Dunia bisnis sangat kompetitif di semua industri produk dan jasa. Pengusaha harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat bertahan dan bersaing. Persaingan di industri *fesyen* juga sangat ketat. Bisnis fashion merupakan suatu kegiatan usaha yang menjual produk secara langsung kepada konsumen. Dalam proses evolusinya, bisnis *fesyen* Indonesia kini mulai bertransformasi dari perusahaan fashion tradisional menjadi perusahaan *fesyen* modern.

Perkembangan bisnis *fesyen* modern di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini terlihat dari munculnya beberapa pelaku industri *fesyen* seperti Matahari, Lebo, dan Ramayana yang telah membuka cabang di berbagai wilayah Indonesia. Semua itu tidak terlepas dari kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh masing-masing pusat perbelanjaan, seperti kualitas produk yang tinggi, harga yang lebih murah, dan pemberian pelayanan yang prima. Hal ini dilakukan untuk membantu bisnis membangun loyalitas pelanggan dan mendominasi pasar. Memiliki pelanggan setia adalah salah satu tujuan utama perusahaan.

Loyalitas pelanggan adalah tersedianya konsumen untuk berlangganan terus di perusahaan dengan waktu jangka panjang, membeli dan menggunakan barang atau jasa dengan berulang dan suka rela merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada masyarakat atau konsumen. (Cristopher 2021).

Perusahaan yang mampu bertahan dalam bisnisnya mampu memberikan kepuasan konsumen dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. Kualitas pelayanan adalah kualitas umum dan karakteristik suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuannya secara tidak langsung mengungkapkan kepuasan atau kebutuhan, Kotler (2017).

“Loyalty is defined as nonrandom purchase expressed over time by some decision making unit”. Berdasarkan pengertian tersebut, loyalitas lebih mengacu pada perilaku unit pengambil keputusan untuk terus menerus membeli barang atau jasa dari perusahaan terpilih. Loyalitas merupakan komitmen berkelanjutan pelanggan untuk berlangganan kembali atau membeli kembali produk atau layanan tertentu secara konsisten di masa depan, terlepas dari dampak kontekstual dan upaya pemasaran yang dapat menyebabkan perubahan perilaku (Hurriyati, 2015),

Memiliki pelanggan yang loyal adalah salah satu tujuan akhir dari perusahaan. Loyalitas pelanggan menjadi hal penting yang harus diperhatikan, karena loyalitas pelanggan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap merek, toko, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka Panjang (Aprileny et al., 2019).

. Yang perlu dilakukan perusahaan adalah menunjukkan nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan konsumen merasa puas dan berharap untuk berkunjung kembali.

Fortunella *Collection* merupakan butik fashion tradisional dengan format grosir dan eceran. Fortunella *Collection* yang terletak pada Jl. Basuki Rahmat, Bedilan Kebungson Kec Gresik, toko tersebut berupaya keras menjaga loyalitas pelanggan. Namun, jumlah pelanggan yang berbelanja setiap harinya berfluktuasi

Dengan Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Jika pelanggan merasa dihargai dan diberikan pelayanan yang memuaskan, mereka lebih cenderung untuk tetap setia. Pada toko Fortunella *Collection* hubungan seperti Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar – benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu apabila Fortunella *Collection* memiliki kualitas pelayanan yang kurang maka akan berdampak buruk bagi toko dan dapat mengakibatkan perginya pelanggan yang loyal. Maka dari itu Fortunella *Collection* harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (loyalitas pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan

Faktor penting bagi Fortunella *Collection* untuk mendapatkan keuntungan dan juga untuk memikat pelanggan adalah harga. Harga ialah yang menjadi bagian,

pembaruan apa yang akan dipasarkan, perolehan yang didapatkan ataupun perolehan pembiayaan. Menjadikannya mudah untuk pemasaran, yang dapat dilakukan keselarasan, fitur dari produknya, penyalurnya ataupun hal lainnya (Kotler dan Keller 2016). Pelanggan sering kali membandingkan harga dengan nilai yang mereka terima dari produk atau layanan.

Jika mereka merasa bahwa nilai yang mereka dapatkan sebanding dengan harga yang mereka bayar, mereka lebih mungkin untuk tetap setia. *Fortunella Collection* berusaha menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen tetapi tetap mendapatkan keuntungan dan juga persaingan harga dengan toko toko lain yang sangat diperhatikan karena jika harga barang di toko pesaing lebih murah dapat mencuri perhatian pelanggan pada toko *Fortunella Collection*, Dikarenakan persaingan yang ketat dalam usaha, maka wajib untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik, memiliki lokasi yang tepat, dan menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. (Soriton et al., 2021).

Salah satu pesaing *Fortunella Collection* yang memiliki dasar dan prinsip yang hampir sama adalah toko *My Love 2*, Penelitian menunjukkan bahwa pengunjung tertarik berbelanja di toko lain seperti *My Love 2*, toko tersebut merupakan sebuah usaha ritel modern dengan format store. Berbagai upaya telah dilakukan *My Love 2* untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun pelanggan yang melakukan berbelanja setiap harinya berfluktuatif.

Tabel 1.1 Result Top Brand Survey

Kategori Supermarket	2013	2014	2015	2016
<i>Pasmira Store</i>	20,7%	23,9%	22,5%	12,2%
<i>Pinatih Giri Fashion</i>	11,0%	19,1%	22,6%	15,2%
<i>My Love 2</i>	7,7%	10,0%	6,9%	7,0%
<i>Nanda Fashion</i>	7,2%	6,8%	6,7%	4,4%
<i>Delavia</i>	6,5%	6,5%	6,5%	4,2%

Sumber: Survey Result Top Brand Survey

Berdasarkan *Survey Result (Top Brand)* diatas terlihat bahwa *My Love 2* menempati diposisi ke tiga ini dikarenakan pengunjung lebih tertarik berbelanja di Fesyen store lain seperti *Pasmira Store* dan *Pinatih Giri Fashion*. Selain itu *My Love 2* juga menerima keluhan mengenai ketidak sesuaian produk yang diinginkan konsumen lalu penataan barang yang kurang sesuai dan kurang rapi, juga kurangnya tanda informasi mengenai kategorisasi barang seperti harga. Maka *My Love 2* diharapkan untuk menaruh perhatian lebih banyak lagi guna mengurangi keluhan pelanggan tersebut.

Lokasi yang nyaman atau mudah diakses oleh pelanggan dapat meningkatkan keinginan mereka untuk kembali. Faktor-faktor seperti parkir, visibilitas, dan keamanan lokasi dapat memainkan peran penting. Penempatan lokasi untuk berbisnis merupakan unsur penentu kepuasan konsumen, karena lokasi yang mudah diakses (strategis) mengakibatkan tingginya kepuasan konsumen, pemilihan lokasi yang tepat mengakibatkan sebuah perusahaan dapat lebih sukses dibanding perusahaan lainnya

yang berlokasi kurang strategis (Wirawan et al., 2019). Sedangkan lokasi *Fortunella Collection* yang terletak pada Jl Basuki Rahmat, Bedilan, Kebungson, Kec Gresik bisa dibayangkan memiliki beberapa keuntungan dan kerugian tersendiri seperti lokasinya yang berada di dalam gang yang membuat toko *Fortunella Collection* tidak mudah terlihat tetapi dekat dengan jalan utama yang dapat memberikan akses parkir dengan beberapa keterbatasan tersebut toko *Fortunella collection* mencoba memperbaikinya dengan mempromosikan atau menjual secara online, dikarenakan lokasinya yang kurang sempurna tersebut mempertahankan loyalitas pelanggan adalah cara agar toko *Fortunella Collection* agar tetap berjalan

Dan tidak hanya faktor itu saja dikarenakan berubahnya zaman dan cara berbisnis pentingnya elemen-elemen lain seperti kualitas produk, promosi, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Kombinasi faktor-faktor ini dapat membentuk persepsi pelanggan terhadap merek dan memengaruhi keputusan mereka untuk tetap setia atau beralih ke pesaing. Perlu diingat bahwa dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, integrasi faktor-faktor ini dalam strategi pemasaran menjadi krusial untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Pada toko *Fortunella Collection* yang memiliki keterbatasan seperti tempat yang kurang menonjol dan parkir yang kurang, pelayanan yang kurang profesional dan daya saing harga yang sangat ketat dengan para pesaingnya sangat mengandalkan loyalitas pelanggan

Berdasarkan hal tersebut, Peneliti menyadari pentingnya menciptakan loyalitas pelanggan yang diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kelangsungan hidup suatu Perusahaan ataupun usaha, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan

peneliti untuk dapat mempelajari pentingnya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada toko pakaian “*Fortunella Collection*” Gresik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di *Fortunella Collection* Gresik?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di *Fortunella Collection* Gresik?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di *Fortunella Collection* Gresik?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di *Fortunella Collection* Gresik?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di *Fortunera Collection* Gresik.

Batasan berikut dibuat untuk menentukan ruang lingkup penelitian:

1. Lokasi Geografis: Penelitian hanya akan mencakup para konsumen *Fortunella Collection* Gresik.
2. Periode Waktu: Penelitian hanya akan mempertimbangkan data yang dikumpulkan dalam 1 tahun terakhir untuk menghindari informasi yang sudah usang.

3. Faktor Demografis: Penelitian akan memperhitungkan faktor demografis seperti jenis kelamin, usia, dan status sosial ekonomi untuk memastikan hasilnya tidak dipengaruhi.

Batasan ini membantu menentukan ruang lingkup penelitian dan memastikan bahwa hasilnya fokus dan relevan dengan pertanyaan penelitian.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis dan menguji variable kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
- b. Menganalisis dan menguji variabel lokasi terhadap variabel loyalitas pelanggan.
- c. Menganalisis dan menguji variabel harga terhadap variabel loyalitas pelanggan.
- d. Menganalisis dan menguji simultan variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap variabel loyalitas pelanggan.

1.5 Manfaat

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi banyak pemangku kepentingan. Manfaat dari penelitian ini adalah:

1.5.1 Secara Teoritis/ Akademia

Melalui penulisan ilmiah ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang

Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada toko pakaian “*Fortunella Collection*”

1.5.2 Secara Praktis

Manfaat dari penulisan ini adalah dapat menambah pengetahuan khususnya bagi masyarakat maupun instansi agar dapat menjadi pedoman untuk kedepannya mengenai adanya Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada toko pakaian “*Fortunella Collection*”

- a. Bagi peneliti: Sebagai bahan pembelajaran dan penelitian untuk membandingkan teori hasil penelitian akademis dengan situasi nyata di lapangan.
- b. Untuk Usaha: Dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk menentukan jasa yang ditawarkan, harga dan lokasi yang sesuai guna menarik pelanggan di masa depan dan mencapai kepuasan pelanggan.
- c. Bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan: Dapat menjadi referensi bagi penulis lain terutama yang berminat pada masalah pelayanan, harga, dan lokasi mengenai kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas melalui berbagai studi kasus.

