

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring berkembangnya zaman kebutuhan manusia semakin bertambah setiap harinya. Hal ini tentu membuat manusia harus bekerja setiap saat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pekerjaan yang dilakukan secara terus-menerus setiap harinya tentu akan membuat manusia merasa jenuh dan lelah sehingga hal ini juga akan berdampak kepada kinerja manusia itu sendiri. Untuk mengatasi hal tersebut tentu manusia sangat membutuhkan hiburan agar merasa rileks dan dapat melupakan pekerjaannya sejenak sehingga terciptalah bisnis hiburan yang sekarang banyak hadir ditengah masyarakat, salah satunya adalah bisnis Karaoke. Tempat karaoke memungkinkan orang untuk sejenak dapat melupakan dan melepaskan kejenuhannya dengan cara bernyanyi dan bersosialisasi dengan rekan dan sahabat. Pada saat sekarang ini bisnis karaoke telah menjadi trend lifestyle untuk menghilangkan kejenuhan. Di indonesia sendiri bisnis karaoke dapat dikatakan sangat menguntungkan apalagi jika dibangun di kota-kota besar mengingat indonesia merupakan salah satu negara terpadat di dunia dan juga rata-rata masyarakatnya memiliki jam kerja yang padat sehingga hal ini membuat masyarakatnya dapat dengan mudah mengalami kejenuhan dan kebosanan, oleh karena itu bisnis karaoke dapat menjadi alternatif yang tepat untuk menghilangkan rasa jenuh dan bosan karena kita hanya perlu duduk dan bernyanyi selain itu tempat karaoke juga dapat dijadikan sebagai tempat hangout bersama teman-teman sambil menyanyikan lagu yang disukai

Beragam konsep hiburan karaoke ditawarkan untuk menarik minat masyarakat salah satunya pada tempat karaoke dengan nama Rap Karaoke di Kota Sungai Penuh. Rap Karaoke adalah salah satu penyedia jasa hiburan yang mengusung konsep tempat karaoke keluarga yang terletak di Jl. Pancasila No.25, Lawang Agung, Kota Sungai Penuh. Karaoke keluarga adalah tempat hiburan keluarga dimana seseorang dapat bernyanyi bersama keluarga, sahabat, teman sekolah maupun teman kerja.

Perubahan dibidang teknologi juga telah mendorong seorang pengusaha untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan sehingga hal ini akan menimbulkan pembelian secara terus-menerus atau disebut dengan loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa loyalitas sebagai komitmen yang dipegang untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai di masa yang akan mendatang meskipun ada pengaruh situasional dan tindakan atau upaya pemasaran untuk beralih. Menurut Oliver (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usahausaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Menurut Morais (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) mengatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah

komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Marconi (dalam Santoso & Oetomo, 2013) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah 1). Nilai (harga dan kualitas). Harga yang diberikan harus sesuai dengan kualitas produk/jasa yang ditawarkan, selain itu memberikan harga yang relatif murah dibandingkan tempat lain juga dapat membentuk loyalitas pelanggan. 2). Citra baik dari kepribadian yang dimilikinya dan reputasi dari merek tersebut. 3). Kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan produk/jasa. Jika konsumen merasa nyaman dan diberi kemudahan untuk mendapatkan produk/jasa yang kita tawarkan maka dapat dipastikan loyalitas pelanggan akan mudah terbentuk. 4). Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk atau merek yang dikonsumsi akan memiliki keinginan untuk membeli ulang produk atau merek tersebut. 5). Pelayanan. Dengan kualitas pelayanan yang baik yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa ada beberapa cara meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya, memberikan harga yang relative terjangkau serta menyediakan fasilitas yang lengkap dan bersih agar konsumen merasa nyaman.

Loyalitas yang terjadi di Rap Karaoke ditandai dengan adanya penggunaan jasa berulang-ulang selain itu loyalitas di Rap Karaoke juga terjadi karena

pelayanan yang diberikan juga bagus serta harga yang ditetapkan lumayan terjangkau untuk semua fasilitas yang disediakan.

Menurut Hakim (2012) kenyamanan ditentukan oleh beberapa unsur pembentuk dalam perancangan yakni sirkulasi, daya alam/iklim, kebisingan, aroma/bau-bauan, bentuk, keamanan, kebersihan, keindahan dan penerangan.

Kenyamanan menurut

Keliat (2015) merupakan suatu keadaan seseorang merasa sejahtera atau nyaman baik secara mental, fisik maupun social. Kenyamanan adalah suatu bentuk jasa tidak dapat dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik (Sari et al,2016).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Kenyamanan merupakan suatu bentuk jasa yang tidak dapat dilihat dan hanya bisa dirasakan apabila seseorang merasa sejahtera atau nyaman baik secara fisik, mental maupun sosial saat menggunakan sebuah produk atau jasa.

Pelanggan di Rap Karaoke merasa nyaman dikarenakan pelayanan yang diberikan cukup bagus dan juga faktor lingkungan di tempat karaoke yang bersih akan tetapi sebagian pelanggan merasa kurang nyaman dikarenakan keterbatasan ruangan sehingga pelanggan harus menunggu lebih lama untuk mendapatkan giliran pakai.

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Menurut Kasmir (2017) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Menurut Tjiptono (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh seorang atau organisasi agar konsumen merasa puas dengan apa yang mereka berikan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa Rap Karaoke sudah cukup baik contohnya menanyakan kebutuhan pelanggan sebelum memasuki ruangan karaoke, dapat diandalkan ketika mengalami kendala saat berkaraoke, menjelaskan fitur yang tersedia di tempat karaoke akan tetapi kekurangan staf membuat pelayanannya kurang efektif.

Menurut Kotler dan Keller (2016) harga adalah jumlah uang yang diberikan untuk produk atau layanan, atau jumlah nilai yang pelanggan tukarkan untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu layanan produk. Pengertian harga menurut Alma (2014) menyatakan bahwa harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Menurut Tjiptono (2015) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang

menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memiliki atau menggunakan suatu layanan produk yang dinyatakan dengan uang.

Walaupun banyak usaha sejenis yang menetapkan harga jauh lebih murah dibandingkan Rap Karaoke akan tetapi hal ini setimpal dengan fasilitas yang mereka sediakan seperti AC, Sofa, Toilet, dll, harga yang ditawarkan agar dapat menggunakan jasa Rap Karaoke pada awalnya bervariasi tergantung ruangan mana yang akan kita pilih tapi sekarang sudah tidak ada lagi sistem vip sehingga pengunjung bisa dengan bebas memilih ruangan mana yang mereka mau dengan harga yang sama rata yaitu Rp. 30.000/Jam.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Santoso, J. B. (2019) menyatakan bahwa pelayanan dan harga mampu mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen, namun kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian terdahulu Putra (2010) menyatakan bahwa variabel produk, fasilitas, pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Apabila produk, fasilitas, pelayanan dan promosi semakin meningkat, maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat.

Sedangkan, berdasarkan hasil penelitian Alam & Mahanani (2022) menyatakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel

kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan, baik secara partial (masing-masing variabel) maupun secara simultan.

Dan berdasarkan hasil penelitian dari Rahmani (2022) yang berjudul “Pengaruh Kenyamanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening” menyatakan bahwa Kenyamanan dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	340 Orang
Februari	296 Orang
Maret	329 Orang
April	358 Orang
Mei	298 Orang
Juni	256 Orang
Juli	378 Orang
Agustus	344 Orang
September	274 Orang
Oktober	356 Orang
November	333 Orang
Desember	379 Orang

Sumber : Pengelola Rap Karaoke (2023)

Dalam satu tahun jumlah pengunjung yang menggunakan Rap Karaoke dapat mencapai 3.941 orang dan tentu dapat bertambah maupun berkurang setiap tahunnya.

Pengunjung diketahui lebih memilih Rap Karaoke dibandingkan tempat karaoke lainnya dikarenakan Rap Karaoke menyediakan fitur atur nada yang mana fitur ini tidak tersedia di tempat karaoke manapun di kota sungai penuh serta di Rap Karaoke juga bisa menggunakan fitur youtube sehingga pengunjung bisa dengan bebas memilih lagu yang mereka suka selain itu ruangan yang disediakan juga lumayan luas serta lingkungan yang bersih sehingga membuat mereka merasa nyaman ketika berada di dalam ruangan karaoke berjam-jam dan juga harga yang ditawarkan oleh Rap Karaoke juga cukup terjangkau untuk semua fasilitas yang disediakan. Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kenyamanan, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan”**

(Studi Kasus pada pelanggan Rap Karaoke di Kota Sungai Penuh).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kenyamanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Rap Karaoke Kota Sungai Penuh dan berapa besar pengaruhnya?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Rap Karaoke Kota Sungai Penuh dan berapa besar pengaruhnya?
3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Rap Karaoke Kota Sungai Penuh dan berapa besar pengaruhnya?
4. Apakah terdapat pengaruh kenyamanan, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan secara simultan di Rap Karaoke Kota Sungai Penuh dan berapa besar pengaruhnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Rap Karaoke Kota Sungai Penuh dan berapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Rap Karaoke Kota Sungai Penuh dan berapa besar pengaruhnya.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan secara parsial di Rap Karaoke Kota Sungai Penuh dan berapa besar pengaruhnya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan secara simultan di Rap Karaoke Kota Sungai Penuh dan berapa besar pengaruhnya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis untuk menambah ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademis maupun bagi penelitian selanjutnya yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan pemasaran khususnya loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan menambah wawasan peneliti terutama dalam bidang manajemen pemasaran terutama mengenai faktor untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Dan diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan untuk studi-studi lanjutan pada bidang yang sama.

- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan pertimbangan dalam evaluasi strategi pemasaran guna untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

