

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian

Manajemen pemasaran merupakan analisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian atas program-program yang di disain untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional atau tujuan-tujuan perusahaan. Menurut Sofyan Assauri (2013) manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan penganalisaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang di buat untu membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

Globalisasi saat ini mengarahkan dunia bisnis menyebabkan perubahan besar dalam konsep bisnis dan pemasaran. Iklim kompetisi antar perusahaan meningkat dan penyedia jasa semakin berlomba-lomba mrebut hati pelanggan dan mempertahankan pelanggan agar menjadi royal. Syarat yang harus di penuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang baik di mata pelanggan itu sendiri yang nantinya akan menimbulkan loyalitas yanr berkelanjutan. Konsep pemasaran yang sebelumnya berorientasi pada keunggulan produk dan strategi pemasaran, kini telah bergeser menjadi focus pada pelanggan sebagai obyek untuk mendapatkan

keuntungan semata tidak lagi dapat diterapkan pada dunia bisnis dengan tingkat persaingan yang tinggi.

Usaha jaya mandiri merupakan usaha di bidang furniture yang di buat dari kaca keramik dan alumunium, usaha ini menawarkan pembuatan lemari, meja, aquarium dan lain sebagainya yang terbuat dari kaca, keramik dan alumunium, Beberapa usaha furniture yang banyak di jumpai di wilayah kabupaten kerinci dan kota sungai penuh yang melayani pembuatan sesuai dengan pesanan dan konsumen bisa menambahkan ide untuk pembuatan furniture, pembuatan furniture di lakukan oleh ahli di bidang furniture dan tenaga kerja yang sudah berpengalaman. Di desa jernih jaya kecamatan gujung tujuh kabupaten kerinci terdapat usaha yang diberi nama usaha jaya mandiri. Usaha ini dimiliki oleh seorang kepala rumah tangga yang memiliki karyawan yang berjumlah 1 orang, adapun alasan berdirinya usaha ini untuk mewujudkan keinginan konsumen untuk memiliki furniture sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Tabel 1.1
Usaha yang ada di sekitaran kabupaten kerinci

NO	Nama Usaha	Alamat
1	Jaya Mandiri	Desa Jernih Jaya
2	Pitra Usaha	Desa Siulak Mukai
3	Jaya Makmur	Desa Kersik Tuo

Usaha jaya mandiri menarik perhatian saya untuk objek penelitian kerana terdapat pengalaman belanja, kulitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang menarik perhatian saya

Menurut Hasan, (2010:79) Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan dengan merek sebuah produk atau kepuasan terhadap sebuah pelayanan jasa, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak di sama yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungan, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk atau jasa. Menurut Jabeen (2016) loyalitas pelanggan tidak hanya membutuhkan kepuasan pelanggan tetapi membutuhkan kualitas pelayan. Oleh karena kualitas pelayanan merupakan produk utama yang di jual oleh pengusaha untuk menarik pelanggan untuk membeli produk inti. Untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit dari pada mencari pelanggan baru. Tetapi menurut Teimouri et al. (2016) kepuasan pelanggan memainkan peran dalam efek kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini menunjukkan hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Pada dasarnya loyalitas pelanggan dapat tercermin dari kebiasaan konsumen yang konsisten terhadap suatu produk atau jasa yang di nikmati.

Pengalaman Belanja adalah dampak komunikasi persuasif konsumen telah menggunakan produk. Pengalaman konsumen mengansumsikan bahwa orang bnyak mengkonsumsi banyak jenis produk untuk sensasi, perasaan, citr, dan emosi yang dihasilkan suatu produk tertentu yang di pilihny. Sehingga pengalaman berbelanja sangat berpengaruh terhadap kemauan untuk berbelanja

kembali, jika konsumen merasa puas akan produk yang dibelinya maka konsumen akan kembali membeli produk tersebut (Susanto 2016). Menurut Lukluk Atul Hidayati dan Anisa Hakim Pratiwi (2017) dalam jurnal yang berjudul pengaruh Online Flow Elements dan kepuasan pada pengalaman belanja Hedonis dan Utilitarian: studi kasus pada Social Commerce menyatakan bahwa kesuksesan bisnis online yang menggunakan media social sebagai tempat jual beli ditentukan oleh adanya kontinuitas pembelian konsumen. Karakteristik teknologi media social yang mampu menciptakan pengalaman belanja konsumen akan menciptakan kepuasan dan selanjutnya menggerakkan konsumen untuk membeli kembali.

Menurut Hasan (2014) Kualitas pelayanan berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan. Kualitas meningkatkan penjualan dan meningkatkan penguasaan pasar dan mengarahkan/memimpin konsumen ke arah kesetiaan. Memang tidak mudah menjadi terbaik, selain harus menyediakan kualitas pelayanan terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah di tebak, apa lagi di indonesia yang terdiri dari berbagai macam budaya, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula. Hal ini sesuai dengan pernyataan (kotler: 2009). Kualitas pelayanan (service quality) adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi konsumen (Tjiptono 2007:71). Service Quality dapat di ketahui dengan membandingkan persepsi atas pelayanan yang mereka terima dari sebuah perusahaan dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Apabila jasa

yang di terima sesuai dengan yang di harapkan, maka kualitas jasa di dipersiapkan dengan baik dan memuaskan. Dimensi kualitas layanan dalam memberikan layanan yang baik pada pelanggan.

Menurut Hasan (2014) Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif, nilai membeli ulang dan lain-lain. Bahwa salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus di perhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan tentu saja akan menumbulkan dampak psikologi yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, dapat di pastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain.

Berkaitan dengan observasi atau pengamatan awal yang di lakukan oleh penulis, menemukan beberapa fenomena yang berkaitan dengan kualitas pelayanan pada usaha jaya mandiri diantaranya masih lemahnya penampilan fisik yang berupa interior yang ruangan serta suasana bangunan yang kurang luas. Selain itu peralatan yang tidak tersusun rapi dan belum menggunakan teknologi modern dalam aktifitas kegiatan pembuatan furniture. Sumberdaya manusia yang ada masih kurang terampil dan jumlahnya masih terbatas dan dalam ketenagakerjaan (karyawan) masih kurang jumlahnya untuk usaha ini.

Dengan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan masalah yang diambil adalah: **PENGARUH PENGALAMAN BELANJA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN USAHA JAYA MANDIRI KABUPATEN KERINCI, KECAMATAN GUNUNG TUJUH, DESA JERNIH JAYA**

1.2 Rumusan masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh pengalaman belanja terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jaya mandiri desa jernih jaya?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jaya mandiri desa jernih jaya?
3. Apakah terdapat Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jaya mandiri desa jernih jaya?
4. Apakah terdapat pengaruh pengalaman belanja, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jaya mandiri desa jernih jaya

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pengalaman belanja terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jaya mandiri secara persial dan berapa besar pengaruhnya?

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jaya mandiri secara persial dan berapa besar pengaruhnya?
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jaya mandiri secara pesial dan berapa besar pengaruhnya?
4. Untuk mengetahuipengaruh Pengalaman belanja, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jaya mandiri secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan ilmu manajemen, khususnya konsep-konsep yang berkaitan dengan pemasaran.
 - b. Sebagai bahan kajian penelitian selanjutnya, terutama penelitian selanjutnya, terutama penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jaya mandiri desa jernih jaya
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai latihan bagi penulis dalam menuangkan buah pemikirannya kedalam bentuk penelitian.
 - b. Sebagai bahan masukan bagi peningkatan penjualan pada usaha jaya mandiri