

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peradaban manusia saat ini telah berubah menjadi peradaban yang kaya akan teknologi, baik untuk mempermudah pekerjaan maupun untuk hiburan. Kemajuan teknologi juga memberikan pengaruh terhadap gaya hidup masyarakat modern, yang mana masyarakatnya menginginkan semua hal dilakukan serba cepat dan praktis. Jadwal rutinitas yang padat mengharuskan masyarakat untuk mengelola waktu yang sedikit sebaik mungkin. Namun tidak semua masyarakat dapat mengatur jadwalnya dengan sebaik mungkin, apalagi untuk aktifitas kecil dalam kegiatan sehari-hari yang dianggap tidak begitu penting. Perubahan gaya hidup yang seperti itu menyebabkan adanya tuntutan kepraktisan dalam menjawab kebutuhan pribadi mereka.

Melihat banyaknya tuntutan kepraktisan untuk memenuhi segala kebutuhan pribadi masyarakat, maka perlahan-lahan semakin berkembanglah pelayanan-pelayanan jasa yang memberikan kemudahan. Bisnis usaha dalam bidang jasa beberapa tahun ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Bahkan pada tahun 2018, bisnis di bidang jasa memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi yang mencapai angka 5,17% sepanjang tahun 2018 dan sebesar 5,02% sepanjang tahun 2019 dengan sebagian besar ditopang oleh bisnis di bidang jasa.

Perkembangan usaha di bidang jasa di Indonesia saat ini sangat menjanjikan. Sikap konsumtif dan praktis inilah yang membuat hal ini terjadi. Bisnis jasa yang sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari sangatlah beragam, misalnya jasa transportasi, jasa *laundry*, pendidikan, kesehatan, dan lain-lain. Pola hidup milenial yang jadwalnya dipenuhi oleh berbagai kesibukan, sehingga mereka membutuhkan bantuan untuk menyelesaikan tugas-tugas hariannya yang kadang kala dianggap tidak penting seperti mencuci baju. Maka perlahan-lahan mulai berkembanglah suatu pelayanan jasa yang memberikan kemudahan dalam mencuci baju yang disebut dengan jasa *laundry*. Bisnis *laundry* menjadi peluang usaha di bidang jasa yang paling banyak dibutuhkan. Apalagi seiring dengan pembangunan hunian-hunian ramah milenial, potensi bisnis *laundry* pun semakin tinggi.

Rumah *Laundry* Bangkalan merupakan usaha rumahan di bidang jasa mencuci baju. Rumah *Laundry* Bangkalan dimiliki oleh Ibu Devi Pratiwi . Rumah *Laundry* Bangkalan didirikan pada tahun 2014 pada sebuah rumah berlokasi strategis di pinggir jalan yang bertempat pada JL. KH. Zainal Alim No 4 Usaha Rumah *Laundry* Bangkalan ini terbilang sukses karena hingga saat ini pemilik telah memiliki sebanyak 5 cabang usaha *laundry*, yang tersebar di beberapa kecamatan di Bangkalan Madura. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah pelanggan pada Rumah *Laundry* Bangkalan ini Dari tahun 2018 hingga 2020.



Dapat dilihat dari tabel diatas yang menunjukkan pada tahun 2018 pelanggan rumah Laundry Bangkalan sebanyak 335 pelanggan. Pada tahun 2019 sebanyak 385 Pelanggan. Pada Tahun 2020 sebanyak 425 pelanggan.

Dengan semakin banyaknya usaha jasa di bidang *laundry* yang berkembang, maka intensitas persaingan juga akan semakin meningkat. Hal itu menuntut perusahaan atau pelaku bisnis untuk merancang strategi bersaing dalam dunia bisnis. Tujuan dasar suatu bisnis saat ini tidak lagi hanya berupa laba melainkan untuk juga penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Keadaan persaingan yang ketat ini menyebabkan berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan untuk menggunakan jasa tersebut tidaklah mudah, banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut. Baik dari faktor internal dalam diri konsumen maupun pengaruh eksternal, yaitu rangsangan yang dilakukan oleh para pelaku bisnis. Maka dari itu, para pelaku bisnis harus dapat mengidentifikasi perilaku konsumen agar dapat memenangkan persaingan.

Bisnis usaha seperti Rumah *Laundry* Bangkalan ini juga harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan. Salah satu strategi yang

dapat digunakan perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selain itu, salah satu faktor yang juga dapat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa adalah harga. Pelanggan tertarik menggunakan suatu jasa karena harga yang ditetapkan dan kualitas layanan yang baik.

Dalam misi memberikan pelayanan yang baik, dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kualitas pelayanan yang dapat diandalkan, kecepatan daya tanggap atau sigap, sopan santun dan keramahan, serta harga yang ditetapkan sesuai dengan hasil pelayanan. Sehingga manfaat yang besar akan diperoleh, terutama loyalitas pelanggan. Dengan itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah *Laundry* Bangkalan**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan, harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Rumah *Laundry* Bangkalan ?
2. Apakah kualitas pelayanan, harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Rumah *Laundry* Bangkalan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, harga terhadap loyalitas pelanggan Rumah *Laundry* Bangkalan
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan, harga terhadap loyalitas pelanggan Rumah *Laundry* Bangkalan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan dalam pengembangan keilmuan, serta bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- 1) Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dijadikan pedoman untuk pemilik usaha Rumah *Laundry* Bangkalan dalam menetapkan harga dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memperoleh loyalitas pelanggan.
- 2) Bagi akademisi, memberikan bukti empiris mengenai hubungan beberapa faktor yang mempengaruhi suatu loyalitas pelanggan untuk perusahaan, sebagai pembandingan hasil-hasil penelitian yang telah ada dan referensi untuk penelitian selanjutnya.
- 3) Bagi peneliti, sebagai pemenuhan tugas akhir kuliah, sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan, serta mengaplikasikan teori yang didapatkan selama kuliah.