

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, banyak bisnis yang telah berkembang khususnya bidang jasa. Bisnis ini disukai banyak pengusaha karena terbukti sukses menarik banyak pelanggan. Kepuasan tentunya suatu hal yang ingin dicapainya, apakah mereka para pelanggan memang puas dengan jasa yang ditawarkan sehingga sering berkunjung atau hanya sekedar ingin mencoba saja. Di sini di ke tauhi bahwa aspek kepuasan pelanggan itu sangat penting untuk setiap pengusaha dalam membangun bisnisnya, karena di sini dapat dijadikan acuan untuk membuktikan kualitas layanan sebuah bisnis. Menurut Kotler & Amstrong (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan setiap tindakan atau kegiatan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun.

Kualitas dan efisiensi proses produk ataupun jasa menjadi pemikiran pokok suatu perusahaan. Mempertahankan pelanggan yang puas lebih penting dibandingkan dengan mencari pelanggan baru, karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal daripada biaya mempertahankan pelanggan yang lama. Kualitas layanan adalah faktor penting yang membawa keberhasilan bisnis dan peningkatan posisi bersaing, untuk itu diperlukan strategi yang dapat menjamin kualitas layanan dan menjaga kestabilan proses, sehingga variasi proses dapat dikendalikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Manfaat yang akan diterima oleh perusahaan dengan tercapainya kepuasan pelanggan yang tinggi yaitu mencegah terjadinya putaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, meningkatkan reputasi bisnis dan efektivitas iklan dan sebagainya (Fornell, 1992). Seperti yang ditunjukkan juga oleh Kusumanto (2019) dalam penelitiannya yang

membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen pada usaha *laundry* sepatu.

Salah satu bentuk bisnis dalam bidang jasa yaitu jasa cuci. Istilah jasa cuci ini digunakan untuk pakaian, sepatu, tas ataupun topi, helm yang sudah tersebar di kota-kota besar di Indonesia. Para pelaku usaha ini berlomba berusaha untuk menarik perhatian dari calon konsumennya dengan mengembangkan inovasi-inovasi. Seperti halnya usaha *AW Clean & Care* yang merupakan usaha jasa layanan perlu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan. *AW Clean & Care* merupakan usaha jasa cuci sepatu, topi, tas dan helm, yang berlokasi di Jalan Letkol Suwarno No. 17 Madiun. *AW Clean & Care* berdiri sejak tahun 2016 yang berawal dari bisnis rumahan hingga sekarang mempunyai toko *offline*. *AW Clean & Care* Madiun telah berdiri cukup lama, dan masih memiliki beberapa komplain yang diberikan oleh pelanggan antara lain, pengerjaan sepatu tidak tepat waktu, salah pengerjaan, warna sepatu jadi pudar, jadwal buka toko tidak tepat waktu.

Berdasarkan uraian di atas kepuasan pelanggan dianggap penting bagi *Aw Clean & Care* karena kepuasan pelanggan sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari tujuan *Aw Clean & Care*. Konsumen yang merasa puas berpotensi akan loyal terhadap layanan yang diberikan oleh *Aw Clean & Care*, dan pelanggan yang puas kemungkinan melakukan komplain. Kepuasan pelanggan berdampak positif pada kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa *Aw Clean & Care* kepada orang lain. Pada pelanggan yang puas cenderung berminat untuk menggunakan *Aw Clean & Care* lagi. Oleh karena itu peneliti akan meneliti tentang tingkat kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan di atas, rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan *AW Clean & Care* ?

2. Bagaimana strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *AW Clean & Care* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan *AW Clean & Care*
2. Menyusun strategi peningkatan kepuasan pelanggan *AW Clean & Care*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi mengenai pentingnya kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bagi usaha *AW Clean & Care* Madiun.
2. Menjadi sumber literatur dan bahan informasi untuk penelitian selanjutnya bagi peneliti selanjutnya.
3. Dapat menambah wawasan dan sebagai bahan pelajaran serta menerapkan ilmu pengetahuan bagi peneliti khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini adalah:

1. Sampel yang digunakan adalah pelanggan yang menggunakan jasa *laundry* sepatu *AW Clean & Care* dalam tiga bulan terakhir yaitu pada April 2020 sampai dengan Agustus 2020.
2. Variabel yang diteliti adalah kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga dan biaya.

1.6 Asumsi Penelitian

1. Tidak ada kebijakan baru terhadap layanan jasa *AW Clean & Care* Madiun.
2. Tidak ada perubahan layanan yang baru pada saat dilakukan penelitian dan pengambilan data.
3. Tidak ada perubahan struktur karyawan selama penelitian.
4. Selama pelaksanaan penelitian toko tetap buka seperti biasanya.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari:

BAB I Pendahuluan

BAB II Tinjauan pustaka

BAB III Metode penelitian

BAB IV Pengumpulan dan pengolahan data

BAB V Analisis dan interpretasi hasil

BAB VI Kesimpulan dan saran