

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan pasti memiliki keinginan untuk mendapatkan pelanggan yang loyal agar bisnis yang dijalankan dapat berkembang dan bertahan hingga waktu yang panjang. Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai pelanggan yang terus-menerus melakukan pembelian pada suatu produk. Loyalitas pelanggan sangat menarik untuk dibahas karena menggambarkan keberhasilan sebuah perusahaan untuk membuat pelanggan melakukan pembelian secara berulang sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Saat ini persaingan di dunia bisnis semakin ketat, setiap perusahaan berlomba-lomba membuat setiap pelanggan menjadi loyal. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan membuat pelanggan menjadi loyal yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, dimana nantinya pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan secara tidak langsung hal tersebut akan membuat pelanggan menjadi loyal.

Perusahaan yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan serta menciptakan loyalitas pelanggan. Memberikan rasa puas kepada pelanggan merupakan salah satu tugas perusahaan, pelanggan yang merasa puas merupakan hal yang sangat berarti bagi perusahaan karena pelanggan yang merasa puas kemungkinan besar pelanggan akan menjadi loyal. Kemungkinan besar pengalaman positif yang dirasakan

pelanggan dapat dibagikan kepada orang lain dengan begitu citra perusahaan akan baik di mata masyarakat dan hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen pelanggan pada suatu toko, merek, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan menggambarkan dengan melakukan pembelian ulang secara konsisten. Kualitas pelayanan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga penting bagi perusahaan untuk memperhatikan setiap pelayanan yang diberikan kepada setiap pelanggannya.

Jika pelanggan nyaman terhadap setiap pelayanan perusahaan dapat membuat pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan dan begitu juga sebaliknya jika pelanggan mendapat pelayanan yang buruk dari perusahaan, kemungkinan besar pelanggan tersebut tidak akan mengulang untuk melakukan pembelian ulang. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan kualitas pelayanan menjadi salah satu penentu bagi pelanggan untuk percaya dan loyal kepada perusahaan sebab memberikan pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan.

Rusydi (2017) berpendapat kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Ada juga pendapat dari Kasmir (2017) kualitas pelayanan adalah suatu tindakan atau perbuatan suatu perusahaan atau pelaku bisnis untuk membuat pelanggan merasa puas. Kepuasan pelanggan juga ikut mengambil bagian dalam membangun loyalitas pelanggan. Hal inilah yang membuat perusahaan berlomba-lomba untuk membuat setiap pelanggannya merasa puas baik itu dengan

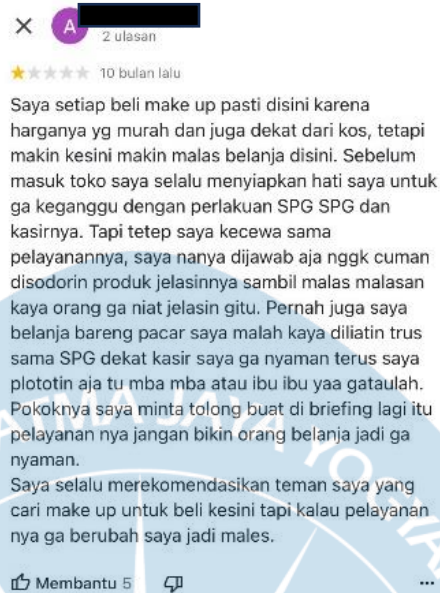
memberikan pelayanan yang baik, harga yang ditawarkan, kualitas produk dan lain-lain.

Perusahaan akan tetap bertumbuh dan juga berkembang walaupun banyak kompetitor yang bermunculan, secara umum kepuasan pelanggan menggambarkan rasa senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa dari sebuah perusahaan. Kotler dan Keller (2016) mengatakan kepuasan pelanggan sebagai berikut: *“Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted”* yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan, Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang. Saat ini banyak sekali bisnis kosmetik yang muncul yang membuat persaingan semakin ketat sehingga setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk bertahan di tengah banyaknya bisnis kosmetik yang muncul. Agar mampu bersaing perusahaan harus memberikan rasa puas kepada setiap pelanggan.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan kualitas layanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah perusahaan kecantikan. Hal tersebut dibuktikan oleh Noor (2020) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada toko kosmetik Utihi, Kalimantan. Memberikan pelayanan yang baik terbukti memberikan rasa puas dalam diri pelanggan. kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan sikap loyal pelanggan kepada

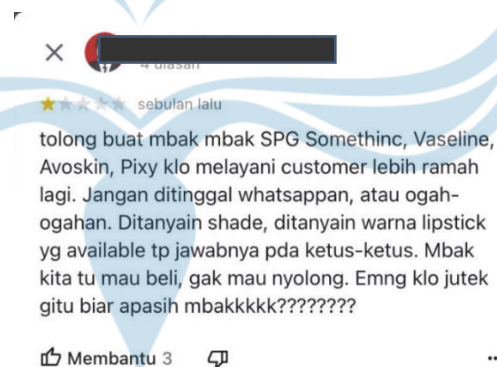
perusahaan, salah satu bisnis kosmetik yang banyak diminati masyarakat yaitu Mutiara Kosmetik. Mutiara Kosmetik yang didirikan oleh Eric Tanubrata sejak 1996 merupakan salah satu toko kosmetik terbesar di Yogyakarta. Mutiara Kosmetik menawarkan berbagai produk kecantikan seperti makeup, perawatan kulit, dan produk-produk lainnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan kepala toko Mutiara kosmetik cabang Babarsari pada 18 maret 2024, Mutiara Kosmetik berpusat di Jalan Doktor Sutomo dan sudah memiliki 6 cabang yang tersebar di sekitar kota Yogyakarta. Banyak sekali pelanggan yang datang langsung ke toko kosmetik mutiara untuk menikmati kualitas pelayanan toko tersebut. Selain memiliki toko offline Mutiara Kosmetik juga membuka toko secara *online* dengan pelayanan online di beberapa aplikasi seperti tiktok, shopee, dan instagram.

Alasan utama pemilihan Mutiara Kosmetik sebagai objek penelitian dikarenakan yang pertama, penelitian dengan topik ini belum pernah dilakukan di Mutiara Kosmetik. Selain itu peneliti juga menemukan beberapa pengalaman buruk pelanggan lewat ulasan pelanggan di akun media sosial Mutiara Kosmetik terkait kualitas pelayanan Mutiara Kosmetik. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana sebenarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi di Mutiara Kosmetik Yogyakarta. Terlebih Mutiara Kosmetik merupakan toko kecantikan yang diperhitungkan di tingkat nasional karena angka penjualan yang tinggi (Wawancara peneliti dengan Ottokent selaku generasi ke-3 dari keluarga pemilik Mutiara Kosmetik, 28 Januari 2021).



Gambar 1. 1 Ulasan Pelanggan

Sumber: Goggle Review - Mutiara Kosmetik, Mei 2023



Gambar 1. 2 Ulasan Pelanggan

Sumber: Goggle Review - Mutiara Kosmetik, februari 2024

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam bagian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mutiara Kosmetik?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih spesifik dan fokus, peneliti membuat batasan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran untuk melihat seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2016)
2. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang muncul dari diri pelanggan baik itu perasaan senang atau kecewa setelah melakukan perbandingan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan pelanggan (Zulkarnaen et al., 2018).

3. Loyalitas pelanggan merupakan sikap atau perilaku yang diperlihatkan melalui niat pembelian kembali atau membeli produk lain dari perusahaan yang sama serta niat untuk merekomendasikan kepada orang lain (Tjahjaningsih, 2017).

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis peran mediasi kepuasan pelanggan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta

1.5 Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

1. Manfaat teoritis

peneliti berharap melalui penelitian ini dapat memberikan pemahaman atau ide bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pedoman oleh pihak Mutiara kosmetik sebagai pengetahuan dan evaluasi baru mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Mutiara kosmetik.

1.6 Sistematika Laporan

Sistematika laporan terdiri dari 5 bab yaitu:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini menjelaskan tentang apa yang melatarbelakangi penulisan tugas akhir ini. Adapun isi dari pendahuluan ini yaitu latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika laporan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini akan memberikan gambaran dasar teori yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian dan akan berfungsi sebagai pedoman untuk mengevaluasi

masalah. Bab ini juga menyajikan hasil penelitian terdahulu yang akan menjadi pedoman penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah teknik yang digunakan untuk mengetahui hasil dalam sebuah permasalahan yang lebih rinci. Dalam bab ini akan memaparkan lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, data penelitian, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, metode pengujian instrumen dan metode analisis data.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi hasil penelitian yang telah diolah menggunakan metode yang sesuai untuk membuktikan hipotesis. Hasil penelitian yang dibahas adalah karakteristik responden, hasil pengujian instrumen, dan analisis statistik deskriptif, regresi mediasi, uji F dan uji t serta diakhiri dengan pembahasan.

Bab 5 Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh dari analisis serta pembahasan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran.