

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kualitas layanan akan dianggap baik apabila perusahaan memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan dan begitupun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan pelanggan, maka pelanggan akan menilai buruk pada pelayanan yang diberikan perusahaan. Dimana kualitas layanan merupakan hasil persepsi dan perbandingan seseorang antara dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu pengalaman yang diharapkan dan pelayanan yang diterima (Aryanti, 2019, hal. 55)

Perusahaan memperoleh banyak manfaat dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi, salah satunya yakni dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan mempunyai peranan penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti mampu mempertahankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan menurut (Mutmainnah, 2017, hal. 29) yaitu komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian lagi secara berkelanjutan di masa yang akan datang, meski terdapat pengaruh orang lain maupun usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.

Fasilitas adalah segala sesuatu, baik benda maupun jasa, yang berkaitan dengan jasa yang diberikan oleh perusahaan, baik perusahaan jasa maupun perusahaan komersial dan industri. (Raharjani, 2005, hal. 19) Berpendapat bahwa jika perusahaan jasa memiliki fasilitas yang memadai untuk membuat layanannya mudah dan nyaman bagi konsumen untuk digunakan, hal itu menyatakan dapat memberikan konsumen layanan pembelian yang mempengaruhi layanan. Kotler (200, hal.63) menyatakan

bahwa salah satu upaya manajemen, terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan, adalah dengan menyediakan fasilitas sebaik mungkin untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Fasilitas merupakan sarana penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kenyamanan, pemenuhan kebutuhan dan kepedulian terhadap pelanggan.

Seperti yang kita ketahui bersama, konsumen juga menginginkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, sehingga faktor harga menjadi penting. Pada dasarnya harga ditentukan oleh harga pokok produk, namun dalam menetapkan harga, kami juga mempertimbangkan nilai, kepraktisan, kualitas produk, bahkan harga bersaing yang sepadan dengan kualitasnya (Monroe, 2005, hal.77), harga adalah pengorbanan finansial yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan produk atau layanan. Harga juga merupakan salah satu faktor kunci dalam keputusan konsumen untuk berdagang. (Yuli, 2018, hal. 12)

Konsumen memilih produk karena berbagai alasan. Hal tersebut dapat terjadi karena mengetahui kelengkapan dari produk tersebut, karena adanya kenyamanan dari kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan, karena melihat terjangkau nya harga dari produk tersebut untuk dicapai, atau karena adanya kelengkapan produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, Strategi Pemasarann. Edisi Pertama, 2007, hal. 86).

Service quality has a great impact on customer loyalty and service quality is considered as a distinct feature which bears great importance for customer satisfaction and retention. (Oliver, 1980, hal. 461)

Di toko princess kosmetik pelayanannya baik yang selalu ada jika kita ada kendala dalam mencari produk yang kita inginkan, kita tinggal bertanya kepada karyawan tersebut kemudian kita akan diarahkan ke tempat dimana produk yang kita cari, dengan begitu kita tidak perlu lagi kebingungan mencari tempat dimana produk yang kita inginkan berada karena disetiap penjuru selalu ada karyawan yang bersedia membantu kita jika ada kendala. Pentingnya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas bagi seorang pelayan (service) tidak hanya melakukan pengantaran atau melayani. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap professional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tanggung jawab atas pekerjaannya, baik atau tidaknya perilaku bisnis para pengusaha yang menentukan sukses atau tidaknya bisnis yang dijalani, sebagaimana yang disebutkan dalam Q.S. Luqman/31: 18-19 :

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ۚ
وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ ۚ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ

“Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.[18]Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.

Berdasarkan ayat di atas, semua manusia perlu diajarkan untuk berbuat baik agar orang lain di sekitarnya merasa nyaman dan aman. Apalagi jika menyangkut layanan yang menawarkan pilihan kepada konsumen, jika Anda tidak bisa menyampaikan rasa aman melalui keramahan ekonomi, pelanggan Anda akan pergi. Pelaku usaha pemberi jasa harus berperilaku toleran dan ramah terhadap pelanggan agar pelanggan tidak merasa takut, kurang percaya atau bahaya dari layanan yang diterimanya. Kedua, pelaku ekonomi juga harus mendobrak sikap kejam dan emosionalnya.

Toko Princess Cosmetik Banjarmasin menawarkan segala jenis makeup, perawatan kulit, perawatan tubuh, perawatan rambut, dan produk rumah tangga lainnya. Harga dan jaminan orisinalitas yang bisa didapatkan konsumen di toko. Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen adalah ukuran keberhasilan penjualan. Pelaku usaha yang berhasil memasarkan produknya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan merek yang baik di mata konsumen. Layanan yang dimaksud meliputi layanan dalam pengiriman produk, layanan untuk risiko yang terlibat dalam pengiriman produk, dll (Assauri, 2015: 214). Kinerja karyawan yang bekerja di toko diberikan arahan untuk selalu memberikan pelayanan yang baik kepada semua pelanggan yang mengunjungi mereka, dan membangun toko yang bagus di mana keuntungan dan pendapatan dapat terus tumbuh seperti yang diharapkan, ada juga beberapa faktor retensi pelanggan. Jumlah dan ragam produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan pembahasan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Princess Cosmetics Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di toko Princess *Cosmetic* Banjarmasin?
2. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di toko Princess *Cosmetic* Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di toko *Princess Cosmetic* Banjarmasin sesuai dengan perspektif Islam.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di toko *Princess Cosmetic* Banjarmasin sesuai dengan perspektif Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian berisi uraian tentang kontribusi yang akan dihasilkan dari penelitian skripsi baik bersifat teoretik-akademik maupun praktis. Adapun manfaat atau kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca dalam mengenai tentang tentang loyalitas pelanggan khususnya yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan promosi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan untuk melakukan kegiatan bisnis agar lebih berkembang lagi serta sebagai referensi dalam menjaga loyalitas pelanggan sehingga dapat diperoleh kinerja yang lebih baik dimasa yang akan datang.
3. Sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas serta harga

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari dalam memahami mengidentifikasi judul serta permasalahan yang akan penulis teliti sebagai pegangan agar lebih fokus dalam kajian pembahasan selanjutnya, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut :

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, yang berarti kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Jadi yang dimaksud adalah kemampuan pelayanan yang diberikan di Toko Princess Cosmetic Banjarmasin.

2. Fasilitas

Menurut (Sudono Sukino, 2005) dalam penelitian (Nst I. S., 2017) Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan

suatu produk. Fasilitas yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah fasilitas Princess *Cosmetics* Banjarmasin

3. Harga

Menurut Tjiptono (2002:151), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini ialah harga produk dari Toko Princess Cosmetic Banjarmasin.

4. Loyaitas Pelanggan

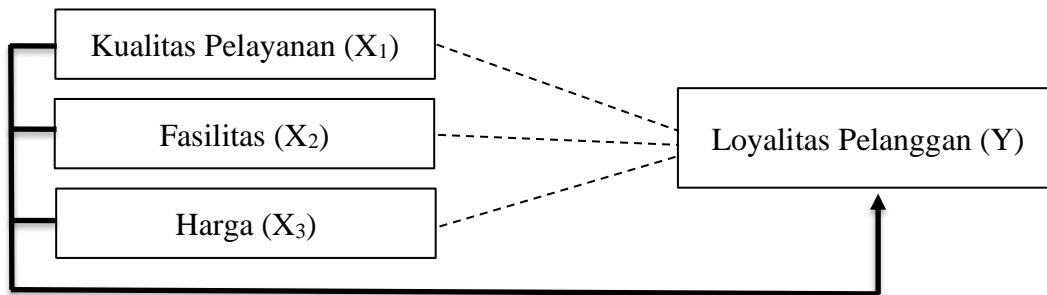
Loyalitas adalah suatu tanggapan perilaku yang cenderung untuk disampaikan setiap kesempatan oleh beberapa pelaku pembuat keputusan dengan perhatian pada satu atau lebih pilihan produk tertentu yang sejenis yang merupakan proses psikologis. Dapat dilihat penelitian ini mendasari bahwa kualitas pelayanan, fasilitas serta harga akan berdampak pada tingkat loyalitas pelanggan. Karena pelanggan akan tetap setia jika pelayanan kebutuhannya terpenuhi.

Menurut Oliver (dalam Hurriyati, 2005 hlm. 129) Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku. Jadi yang dimaksud dengan loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan untuk tetap setia terhadap Toko Princess Cosmetic Banjarmasin..

F. Kerangka Penelitian

Berdasarkan penelitian yang penulis ambil, maka dapat diketahui model kerangka berfikir yang digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

----- : Pengaruh secara parsial

————— : Pengaruh secara simultan

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah dalam penelitian. Kebenaran mengenai hal tersebut harus dibuktikan melalui data yang dikumpulkan. Hipotesis ini akan diuji oleh penulis sendiri sehingga akan mendapati hasil diterima atau ditolak. Dugaan penulis terhadap penelitian ini adalah adanya kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) dan harga (X_3), terhadap loyalitas pelanggan (Y). Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y , penulis menggunakan analisis regresi linier berganda, jika didasarkan pada rumusan masalah, maka hipotesa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Loyalitas

H₀ : pelanggan toko princess Banjarmasin.

H₁ : Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Loyalitas pelanggan toko princess Banjarmasin

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memuat dan mengkaji hasil penelitian yang relevan baik penelitian lapangan maupun penelitian kepustakaan untuk menunjukkan bahwa fokus yang diangkat dalam penelitian mahasiswa belum pernah dikaji oleh peneliti sebelumnya sehingga tidak terjadi pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian terdahulu. Berikut penelitian sejenis yang telah diteliti, yaitu :
elitian, penelitian sekarang ini mengambil metode kuantitatif.

Tabel 1.1

Referensi Penelitian Terdahulu

Kevin Simon (2016), " <i>Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tour and Travel</i> ".	Tujuan penelitian bertujuan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dari pelanggannya. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 35 responden. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier
--	--

	<p>Berganda, sedangkan uji hipotesisnya menggunakan uji F dan uji T. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang berupa responsive, assurance, empathy, tangibles, reability secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun pengujian secara parsial menunjukkan bahwa assurance, empathy, tangibles, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan reability serta responsiveness tidak berparuh signifikan.</p> <p>Persamaan dari penelitian ini yang diangkat oleh peneliti adalah menjadikan pengaruh kualitas layanan sebagai salah satu faktor variabel dalam penelitian.</p> <p>Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada variabel yang terkait, pada penelitian ini penulis membagi dua variabel yaitu kualitas</p>
--	---

	<p>pelayana , fasilitas dan harga. yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.</p>
<p>Ester Dwiningsih Putri Permatasari Santoso, Bambang Susanto, dan Lilik Linawati (2018), "<i>Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus: Klinik UKSW</i>".</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas layanan yang terdiri dari layanan pendaftaran, layanan dokter, layanan obat, dan laboratorium terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Universitas Kristen Satya Wacana. Sampel diambil sebanyak 150 responden dari pelanggan Klinik Universitas Kristen Satya Wacana dengan metode quota sampling. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa analisis fuzzy group pada layanan pendaftaran memberikan kontribusi sebesar 7.6943 pada kepuasan pelanggan. Untuk analisis fuzzy group layanan dokter diperoleh kontribusi sebesar 7.7092 pada kepuasan pelanggan. Sedangkan pada analisis fuzzy group layanan obat dan laboratorium memberikan kontribusi sebesar 7.6561 pada kepuasan</p>

	<p>pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan analisis Fuzzy Quantification Theory layanan dokter memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kontribusi terkecil adalah layanan obat dan laboratorium.</p> <p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah pada beberapa variabel yang mengangkat tentang fasilitas dan kualitas pelayanan.</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini adalah dari objek penelitian dan variabel yang terkait, pada penelitian ini penulis membagi dua variabel yaitu kualitas pelayanan , fasilitas dan harga. yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.</p>
<p>Nunung Yuliawati (2021) “<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan,, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus LADYFAME Bandar Lampung)</i>”</p>	<p>Populasi dan Sample Populasi pada penelitian ini adalah Orang yang pernah membeli barang atau menjadi pembeli produk Ladyfame Bandar Lampung. Jumlah sample yang digunakan pada penelitian ini berjumlah</p>

	<p>71 responden , dengan teknik pengambilan sample menggunakan Purposive sampling. Dengan menggunakan Metode Kuantitatif. Metode Pengumpulan Data Menggunakan Metode Kuantitatif yaitu dengan menyebarkan Kuesioner metode pengukuran data kuantitatif terdapat 3 yang tidak memenuhi standar dari 7 pertanyaan sedangkan pada X3 (Harga) keempatnya memnuhi Standar dan pada Y (Loyalitas Pelanggan) hanya satu yang tidak memenuhi Standar dari 6 pertanyaan. dan statistika objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel Pelanggan Ladyfame yang diminta menjawab sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka.</p> <p>Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variabel yang diangkat.</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini dengan</p>
--	--

	penelitian terdahulu adalah pada objek penelitian.
--	--

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dan diperinci lagi menjadi beberapa sub bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definis operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori, pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori tentang pengaruh kualitas pelayanan, pengaruh fasilitas dan harga.

Bab III Metode Penelitian, berisi tentang metode penelitian dan teknik pengujian hipotesis . Metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, populasi,sampel dan tipe hubungan variabel serta definisi operasional. Sedangkan teknik pengujian hipotesis meliputi uji validitas dan reabilitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan uji parsial regresi linier berganda.

Bab IV Analisis data dan Hasil Penelitian, bab ini berisi tentang pengolahan data dan analisis data yang diperoleh selama penelitian, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

Bab V Penutup, Bab ini berisikan kesimpulan penelitian dan saran atas dasar penelitian.

