

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Konsumen sebagai pengguna barang dan produk dalam melakukan pembelian banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam mempengaruhi proses keputusan untuk membeli suatu produk bagi seseorang konsumen. Dalam hal persaingan yang dihadapi oleh kebanyakan perusahaan dalam berbagai industri tampaknya semakin ketat, perebutan tempat dihati konsumen akan mempengaruhi kebutuhan mereka di pasar. Perusahaan akan mendapatkan tempat dihati konsumen bila segala sesuatu yang ditawarkan sesuai dengan yang mereka kehendaki. Karena itu pemahaman yang sungguh-sungguh tentang perilaku konsumen sangat dituntut oleh produsen.<sup>1</sup>

Suatu perusahaan dalam aktivitasnya menjadi hal wajib untuk mengelola produk dengan baik, sehingga secara prinsip memerlukan manajemen profesional pada pemasaran, operasi maupun sumber daya manusia, integrasi unsur-unsur tersebut akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan produk untuk meningkatkan performansi. Kualitas merupakan titik awal dalam merebut pangsa pasar sehingga tingkat kepuasan tidak hanya perlu dipertahankan tetapi juga harus ditingkatkan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menggerakkan, mengatur dan mengkoordinasikan kegiatan dari berbagai kelompok tenaga profesional, semi profesional dan tenaga non profesional yang ada sehingga dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan. Kepuasan pelanggan akan menjadi dasar pengembangan berbagai model perilaku pembeli. Selain itu kepuasan pelanggan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ernani Hadiyati, *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang)*, Jurnal Manajemen Vol 2 No.2 ISSN: 2085-0972, Universitas Gajayana Malang, 2010, hal. 81.

<sup>2</sup> Sirhan Fikri, dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu*

Teori yang melatarbelakangi penelitian ini adalah teori SERVQUAL dari Parasuraman yaitu model kualitas pelayanan yang populer dan hingga kini banyak digunakan sebagai acuan dalam riset pemasaran jasa adalah model SERVQUAL (*service quality*). SERVQUAL yang dijadikan acuan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah sebagai berikut: bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Sehingga dengan memperoleh pelayanan yang baik dan berkualitas maka konsumen akan merasa loyal dan setia.<sup>3</sup>

Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan mempengaruhi loyalitas adalah *the expextancy disconfirmation model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Jika kenyataan yang diperoleh lebih baik dari harapan maka konsumen akan merasa puas. Jika kepuasan diperoleh secara berulang-ulang, terciptalah loyalitas konsumen.<sup>4</sup>

Hasil penelitian Sirhan Fikri, dkk juga menunjukkan hal yang selaras bahwa kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang. Kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas pada mahasiswa Universitas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang. Kepuasan pelanggan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas padamahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang.<sup>5</sup>

Salah satu fenomena yang juga cukup menarik perhatian penulis dan mungkin pula menarik perhatian banyak orang yaitu fenomena loyalitas pengguna busana muslim di Indonesia mengingat pemakaian busana muslim bukan merupakan bagian dari sejarah di Indonesia. Karena negara Indonesia adalah negara

---

*Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang*), Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1, Universitas Merdeka Malang, 2016, hal. 120.

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta, 2015, hal. 10.

<sup>4</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2015, hal. 321.

<sup>5</sup> Sirhan Fikri, dkk, *Op. Cit.*, hal. 132.

tropis, semua busana muslim tidak logis dipakai di negara Indonesia disebabkan karena cuaca yang panas. Busana muslim menjadi populer di Indonesia karena terdapat dalam perasaan identitas muslim di Indonesia, sehingga hampir setiap orang muslim mau berubah untuk menerima pemakaian busana muslim yang sebenarnya tidak cocok untuk iklim di Indonesia.

Sejarah berdirinya Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus tidak lepas dari kondisi dan situasi pasar busana muslim pada tahun 1970-an hingga 1980an dimana pada saat itu belum terdapat toko khusus busana muslim beserta perlengkapan ibadah lainnya secara lengkap di kota Kudus maupun di kota-kota lain pada umumnya. Pemilik melihat kebutuhan masyarakat akan gerai muslim serta perlengkapan ibadah dalam satu area, maka didirikanlah toko khusus perlengkapan beribadah umat Islam dengan konsep *One Stop Shopping* dengan nama Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus pada tanggal 24 Februari 1989 di Kudus.<sup>6</sup>

Adapun tujuan didirikannya Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus adalah memenuhi ragam kebutuhan dan perlengkapan ibadah umat muslim dimanapun berada sebagai Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus dengan *tagline* “Bagian Gaya Hidup Islami”. Sebagai bagian dari komitmen perusahaan dalam mendukung peningkatan ekonomi nasional, Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus terus memberikan fokus dan perhatian terhadap eksistensi dan daya saing produk lokal sebagai dukungan terhadap program pemerintah dalam membatasi produk impor. Dengan dukungan kontribusi 80% produk lokal, Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus berharap dapat turut berkontribusi bagi industri lokal untuk dapat diakses dimanapun Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus berada. Sebagaimana konsistensi Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus untuk menjadi bagian dari gaya hidup islami keluarga muslim. Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus memberikan pilihan citra bagi keluarga muslim sehingga menyadari betapa mudah, menyenangkan dan nyaman tampil islami ataupun dapat khusyu’ untuk beribadah. Dengan keinginan untuk tetap memberikan pilihan, kenyamanan, fasilitas dan layanan terbaik bagi para ayah, ibu dan anak-anak muslim.

---

<sup>6</sup> Hasil observasi awal peneliti pada Toko Busana Muslim Komplek Menara Kudus pada tanggal 27 September 2018.

**Tabel 1.1**  
**Omset Penjualan**

<b>Tahun</b>	<b>Pelanggan/Bulan</b>	<b>Volume Penjualan/Bulan</b>
2013	420	75.000.000/Bulan
2014	400	74.000.000/Bulan
2015	430	75.700.000/Bulan
2016	500	77.000.000/Bulan
2017	500	80.000.000/Bulan

Sumber : Hasil observasi awal pada Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus, 2018.

Di lain sisi keberadaan Rabbani, Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus, dan Fatimah Zahra merupakan suatu alternatif pembelian produk busana yang saat ini sedang sukses dan mendapatkan keuntungan yang cukup besar dikarenakan banyak *trend* yang ada, dan juga masyarakat sekarang banyak yang berbelanja disana.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian, antara lain pada variabel kepuasan konsumen, hasil penelitian Henriawan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, namun hasil penelitian Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Demikian halnya pada variabel kualitas pelayanan, hasil penelitian Ernani Hadiyati menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, namun hasil penelitian Desan Henriawan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian penelitian tersebut dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut ini :

1. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus?

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbang pemikiran secara teoritik maupun konseptual dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, yang difokuskan pada pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong adanya penelitian dalam bidang yang sama di masa yang akan datang.
2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus berkaitan dengan loyalitas konsumen. Serta diharapkan penelitian ini menjadi bahan acuan bagi pemilik toko yang terkait, sehingga dapat dilakukan langkah-

langkah untuk mengembangkan proses pemasaran yang lebih baik.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

### **1. Bagian Awal**

Bagian muka ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi dan daftar label.

### **2. Bagian Isi, meliputi :**

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II : Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang teori yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, loyalitas konsumen, penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta hipotesis.

#### **BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data populasi dan sampel, definisi operasional, tata variabel penelitian, tahap pengolahan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, deskriptif statistik, uji asumsi klasik dan uji statistik.

#### **BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

**BAB V : Penutup**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

