

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam pandangan Islam segala sesuatu yang menjadi pekerjaan itu harus dikerjakan dengan benar, tertib, teratur, sistematis, tuntas, dan bertanggung jawab. Tidak boleh dilakukan asal-asalan. Apa yang diatur dalam Islam ini telah menjadi indikator pelaksanaan manajemen yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW. Untuk itu para pemimpin bisnis syariah perlu merenungkan peringatan Allah dalam firman-Nya berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”* (Q.S. An-Nisa’ : 29)¹

Sebagai seorang muslim, dalam berbisnis harus memperhatikan aturan-aturan dalam Islam mengenai perdagangan atau tatacara bisnis yang benar, yaitu dengan mentaati perintah Allah SWT dan menjauhi laranganNya.

Loyalitas pelanggan merupakan aset penting bagi perusahaan dan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Mempertahankan pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan mencari pelanggan baru, karena biaya untuk menarik pelanggan baru biasanya lima kali lipat dari pada mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada.²

Mempertahankan loyalitas pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah terutama pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa haruslah dapat mempertahankan reputasi yang baik dimata pelanggannya. Kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat, tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman konsumen dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Apabila sesuai dengan harapan, proses pembelian ini terus berulang.

¹ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswajja Presindo, 2011), 85.

² Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ketiga belas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 160.

Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu, lokasi yang strategis, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, fasilitas yang menarik dan masih banyak lagi. Akan tetapi dalam hal ini pada usaha Victory Fashion mengalami kualitas pelayanan yang menurun sehingga menyebabkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menurun. Oleh karena itu, pelanggan menggunakan lingkungan layanan sebagai cerminan tidak langsung dari kualitas dan perusahaan berusaha untuk mencirikan kualitas dan memberikan kesan yang diinginkan. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada perusahaan yang menyediakan layanan dalam memenuhi harapan konsumen secara konstan. Produsen dan para pemasar berkewajiban mengingatkan konsumen terhadap produknya, bahwasanya produk yang diciptakan adalah produk yang lebih baik atau terbaik dari yang lain, sehingga konsumen memiliki kepercayaan atau sikap positif yang permanen dan konsisten terhadap produk tersebut.³

Harapan dari konsumen dapat berubah seiring dengan waktu dan dipengaruhi banyak faktor. Oleh karena itu, kinerja dari barang/jasa harus berubah agar dapat mengikuti harapan konsumen. Bahkan melebihi harapan konsumen untuk dapat mencapai kepuasan konsumen.⁴

Victory Fashion merupakan perusahaan konveksi dan jasa bordir komputer yang di dirikan oleh Bapak H. Faishol dan Ibu Hj. Nunuk pada tahun 1993. Yang berlokasi di jalan Turaichan Adjuhri 163 Kajeksan Kudus. Victory Fashion bergerak dibidang konveksi dan jasa bordir komputer. Adapun produk Victory Fashion yang bergerak dibidang konveksi antara lain gamis wanita, yang didistribusikan di solo. Dan usaha jasa bordir komputer, Victory Fashion menerima pesanan dari luar seperti bordir kerudung sekolah, bet sekolah, baju, mukena, handuk souvenir dan lain-lain. dan sampai sekarang pelanggannya semakin banyak dan berkembang pesat. Bahkan yang memesan jasa bordir di Victory Fashion tidak hanya dari kota kudus sendiri melainkan banyak dari luar kota yang memesan bahkan tidak hanya sekali bahkan berulang kali yaitu Demak, Pati, dan Jepara.

Kesetiaan konsumen kepada usaha jasa bordir Victory Fashion cukup bagus karena sudah banyak yang menggunakan jasa usaha bordir Victory Fashion bertahun-tahun. Dengan demikian Victory Fashion telah memiliki konsumen yang loyal terhadap usaha jasa bordir komputer tersebut. Bahkan ada konsumen dari sekolah

³ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen Cetakan Kedua*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2013), 142.

⁴ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 236.

Pecangan Jepara yang sudah memesan atau menggunakan jasa bordir tersebut berulang kali. Padahal jika dilihat dari segi lokasi cukup jauh, dan justru akan menambah biaya transport jika memesan di Victory Fashion Kudus. bahkan di Jepara sendiri tepatnya didaerah purwogondo juga terdapat beberapa konveksi terutama usaha jasa bordir. Tetapi hal tersebut tidak mengurangi kesetiaan terhadap usaha jasa bordir di Victory Fashion Kudus.

Seharusnya jika loyalitas pelanggan Victory Fashion semakin meningkat jumlah pelanggan di Victory Fashion juga meningkat, akan tetapi kurun waktu beberapa tahun terakhir mengalami penurunan pelanggan yang cukup signifikan. Dengan banyaknya pesaing saat ini, upaya untuk mempertahankan konsumen yang loyal merupakan suatu pekerjaan yang membutuhkan tenaga ekstra dan pemikiran yang panjang serta butuh strategi yang jitu untuk memenangkan persaingan.

Research gap penelitian ini yaitu terdapat penurunan pelanggan pada tahun 2017-2018. Beberapa pelanggan yang sudah berlanggan menggunakan jasa bordir di Victory Fashion mengeluh dan komplain kepada pemilik perusahaan, bahwa semakin banyak pelanggan tetapi kualitas pelayanan semakin hari semakin buruk. Permasalahan tersebut membuat konsumen kurang puas sehingga berakibat kaburnya pelanggan bahkan pelanggan yang loyal sekalipun. Penurunan elanggan Victory Fashion daat dilihat ada tabel 1.1 berikut ini:⁵

Tabel 1.1

Data Pemesann Bordir Tahun 2017-2018 Victory Fashion Kudus

No	Tahun			Jumlah
	Bulan	2017	2018	
1	Januari	10	10	20
2	Februari	12	13	25
3	Maret	17	10	27
4	April	22	10	32
5	Mei	23	11	34
6	Juni	27	9	36
7	Juli	19	9	28
8	Agustus	20	7	27
9	September	32	12	44
10	Oktober	17	17	34
11	November	29	10	39
12	Desember	15	9	24
Jumlah		243	127	370

⁵ Nunuk Faishol, Wawancara oleh penulis, 4 September, 2018.

Selain permasalahan tersebut juga karena ketatnya persaingan antara para pengusaha jasa bordir manual maupun komputer. Dengan adanya persaingan antara perusahaan yang bergerak dalam bidang sejenis, dalam banyak hal sebenarnya akan menimbulkan dampak positif bagi usaha jasa bordir Victory Fashion Kudus. Dampak positif tersebut antara lain, perusahaan akan berlomba-lomba menumbuhkan kepercayaan konsumen dan memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa bordir di Victory Fashion Kudus. Oleh karena itu usaha jasa bordir Victory Fashion tidak hanya mencari konsumen tetapi juga mempertahankan konsumennya.

Keputusan pelanggan untuk bersikap loyal atau bersikap tidak loyal merupakan akumulasi dari banyak masalah kecil dalam perusahaan. Banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka mempertahankan pelanggan.⁶

Jadi konsumen atau pelanggan yang telah mendapatkan pelayanan yang maksimal, maka konsumen atau pelanggan tersebut juga akan mendapatkan kepercayaan dan kepuasan. Sehingga dengan demikian konsumen atau pelanggan tersebut akan merasa loyal, dan perusahaan tersebut dengan sendirinya telah menciptakan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Bordir Komputer. (Studi Kasus di Victory Fashion Kudus)”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini dirumuskan berdasarkan indentifikasi masalah diatas, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di usaha bordir komputer Victory Fashion Kudus?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di usaha bordir komputer Victory Fashion Kudus?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di usaha bordir komputer Victory Fashion Kudus?
4. Apakah kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di usaha bordir komputer Victory Fashion Kudus?

⁶ Philip Khotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ketiga belas Jilid 1*, 139.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di usaha bordir komputer Victory Fashion Kudus.
2. Untuk menguji apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di usaha bordir komputer Victory Fashion Kudus.
3. Untuk menguji apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di usaha bordir Victory Fashion Kudus.
4. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di usaha bordir Victory Fashion Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Dengan di lakukan penelitian ini, maka di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis
 - a. Dapat mendapat khasanah keilmuan pemasaran dan wawasan khususnya pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
 - b. Hasil ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya, dengan masalah yang sama tetapi berbeda objeknya, sehingga hasilnya lebih baik dari penelitian sekarang.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi perusahaan
Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam meningkatkan keberhasilan usaha melalui peningkatan pendapatan yang diperoleh dengan strategi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu dapat pula sebagai masukan dalam upaya menerapkannya pada usaha tersebut.
 - b. Bagi konsumen
Diharapkan apa yang dihasilkan dari penelitian ini dapat membantu memberikan tambahan dan masukan berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jasa bordir di Victory Fashion Kudus.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan ilmiah yang sistematis dan konsisten dari proposal ini, maka sistematika penulisan dalam proposal ini dibagi menjadi bagian-bagian sebagai berikut:

1. Bagian awal
 Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, abstraksi, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi.
2. Bagian isi
 Bagian isi ini terdiri atas 5 (lima) bab dan setiap babnya terdiri dari sub bab yaitu sebagai berikut:
 - BAB I : Pendahuluan**
 Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, fokus penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
 - BAB II : Landasan Teori**
 Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang berkaitan dengan gambaran pelaksanaan pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha bordir komputer mencakup tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, hipotesis.
 - BAB III : Metode Penelitian**
 Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reabilitas instrumen, uji asumsi klasik, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
 - BAB IV : Hasil Penelitian**
 Dalam bab ini berisi tentang deskripsi lokasi penelitian, hasil penelitian dan analisis dari hasil penelitian.
 - BAB V : Penutup**
 Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dan penutup.
3. Bagian akhir
 Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis, dan lampiran-lampiran.