

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk atau jasa terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.¹

Salah satu jenis bisnis wirausaha yang menjanjikan saat ini adalah bisnis konter yang menyediakan kuota dan aksesoris *handphone*. Kebutuhan akan kuota menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk mengakses informasi dengan mudah melalui layanan internet, hal ini dikarenakan dengan adanya layanan internet maka masyarakat dapat menjelajahi dunia maya untuk mencari informasi yang dibutuhkan ataupun mengakses layanan media sosial yang pada saat ini tengah digemari di kalangan masyarakat sebagai sarana berkomunikasi. Selain kebutuhan kuota, permintaan akan aksesoris hp pun mengalami peningkatan mengingat sarana *handphone* digunakan dalam jangka waktu yang lama. Maraknya bisnis ini membuktikan bahwa kuota data internet dan aksesoris *handphone* akan menjadi peluang yang menjanjikan.²

Ulin Jaya Cell adalah salah satu konter yang bertempat di Jl. Getas Pejaten No 55 Kudus. Ulin Jaya Cell menyediakan berbagai macam perlengkapan *handphone*, yaitu pulsa, kuota *all provider*, *power bank*, *charger*, kabel data, *hardcase*, *softcase* dan masih banyak lainnya. Nama konter Ulin jaya cell juga sudah dikenal luas karena tempatnya yang strategis dan maraknya sistem promosi melalui media sosial.³

Kunci mengikat pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan memberikan kebutuhan yang lengkap agar pelanggan mempunyai rasa ketertarikan atau pengalaman yang berbeda. Kepercayaan pelanggan adalah pondasi dari bisnis yang merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Perlu usaha yang lebih untuk mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan

¹Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Liberty, Yogyakarta, 2008),

8.

²Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, 8.

³Dokumentasi ULIN JAYA CELL KUDUS, Dikutip Pada Tanggal 20 Januari 2019.

kepercayaan para konsumen. Untuk itu perusahaan saling berlomba memberikan nilai tertinggi bagi konsumen, karena konsumen menginginkan nilai maksimum dengan dibatasi oleh biaya pencarian, keterbatasan pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan. Semakin besar manfaat yang diberikan dibandingkan dengan harganya, maka semakin besar nilai yang diperoleh pelanggan terhadap produk tersebut.⁴

Fenomena yang dihadapi oleh konter Ulin Jaya Cell saat ini adalah kualitas pelayanan yang pasang surut karena keluarnya karyawan lama dan pergantian karyawan baru. Kurangnya *skill* dan pengetahuan oleh karyawan baru menyebabkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap Ulin Jaya cell menurun. Ini berimbas pada loyalitas pelanggan jangka pendek maupun jangka panjang. Selain itu, harga juga menjadi kendala di lapangan karena pesaing baru yang satu area dengan Ulin Jaya Cell terus menurunkan harga kuota di beberapa *provider*. Berdasarkan faktor-faktor tersebut mendorong peneliti untuk meneliti mengenai Pengaruh Kepercayaan konsumen, Kualitas pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas konsumen Ulin Jaya Cell Kudus.

Tabel 1.1 Jumlah Konsumen

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1.	Oktober	112
2.	November	85
3.	Desember	63
Jumlah		260

Penelitian ini dilakukan observasi data selama 3 bulan terakhir dari bulan Oktober 2018 sampai dengan bulan Desember 2018. Bulan Oktober 2018 112 pengunjung, bulan November 2018 sebanyak 85 pengunjung sedangkan bulan Desember sebanyak 63 pengunjung. Data diambil dari pembukuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang menjadi tolak ukur loyalitas pelanggan terhadap Ulin Jaya Cell Kudus.⁵

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen Ulin Jaya Cell Kudus ?

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Manajemen* (Erlangga, Jakarta, 2006), 136.

⁵ Dokumentasi ULIN JAYA CELL KUDUS, Dikutip Pada Tanggal 20 Januari 2019.

2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Ulin Jaya Cell Kudus ?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Ulin Jaya Cell Kudus?
4. Apakah ada pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Ulin Jaya Cell Kudus ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan sebagai acuan pokok terhadap masalah yang diteliti, maka tujuan merupakan bagian penting dalam suatu penelitian. Sehingga dengan adanya tujuan, peneliti akan dapat bekerja secara terarah baik dalam mencari data-data sampai pada pemecahan masalahnya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Ulin Jaya Cell Kudus
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Ulin Jaya Cell Kudus
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di Ulin Jaya Cell Kudus
4. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Ulin Jaya Cell Kudus

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak.

1. Manfaat Praktis
Memperoleh masukan, saran dan informasi bagi pihak perusahaan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen seperti kepercayaan, kualitas pelayanan dan harga guna mampu memenuhi kriteria untuk mempertahankan loyalitas konsumen, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang dapat di ambil dalam mengukur kebijakan di masa yang akan datang.
2. Manfaat Teoritis
Sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen, khususnya di bidang marketing dan memberikan tambahan informasi kepada para peneliti di bidang manajemen pemasaran serta sebagai pijakan untuk penelitian tentang loyalitas konsumen. Sebagai bahan kajian ilmiah dari teori yang pernah di dapat untuk bisa diimplementasikan di lapangan. Selain itu juga sebagai suatu acuan sarana berlatih dalam upaya meningkatkan kemampuan analisis, pengamatan dan

pengungkapan pengembangan ide secara ilmiah terhadap masalah yang ada.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian yang berada sebelum tubuh karangan yang meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman moto dan persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada skripsi ini terdiri dari lima bab yaitu :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang dilakukannya penelitian ini, rumusan masalah dari penelitian dan kegunaan hasil penelitian secara sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang meliputi loyalitas konsumen, kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan harga. Kemudian dilanjutkan dengan hasil penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis data yang meliputi analisis regresi berganda, uji t, uji f serta koefisien determinasi.

BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, gambaran umum counter Ulin Jaya Cell di Kecamatan Jati Kabupaten Kudus, gambaran umum responden yang meliputi jenis kelamin responden, usia responden, pekerjaan responden, frekuensi belanja responden, hasil uji instrumen,

hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi berganda, uji hipotesis, analisis data dan pembahasan penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian yang terdiri empat bagian dan keterbatasan penelitian yang dilakukan peneliti serta saran bagi perusahaan serta penelitian yang akan datang.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini terdiri dari daftar pustaka yakni buku-buku yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.

