

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, perkembangan dunia *fashion* dengan berbagai macam model dan desain meningkat sangat pesat. Ditambah hadirnya beberapa platform *social media* turut membantu persebaran gaya berbusana baik di tanah air maupun di mancanegara. Kondisi ini memicu adanya siklus perubahan gaya berbusana yang dinamis, terutama pada industri fashion jam tangan. Bagi sebagian orang jam tangan merupakan sesuatu yang dinilai ketinggalan zaman dan sudah ditinggalkan, namun sebagian besar orang juga mengerti seberapa pentingnya waktu.

Selain untuk penunjuk waktu jam tangan juga dapat memberi kesan tersendiri untuk para pemakainya. Dengan mengenakan jam tangan kita dapat terlihat lebih elegan, selain itu banyak para pemasar dari perusahaan-perusahaan besar menilai jam tangan sebagai nilai tambah untuk meningkatkan nilai jual dari penampilan mereka.

Diluar aspek globalisasi, persaingan yang ketat juga menjadi ancaman tersendiri pada toko jam tangan, pasalnya menurut BPS Kota Semarang terdapat lebih dari 100 unit toko yang menjual jam tangan mulai dari yang ekonomis sampai yang bernilai tinggi dan bersertifikat resmi, seperti Alexandre Christie, Jaque Martin, Swiss Army, dan lain sebagainya.

Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat ini, para pengusaha Toko Jam di Kota Semarang dituntut untuk dapat bertahan dan menjaga eksistensinya.

Dengan jumlah pesaing yang terbilang besar, memicu toko jam untuk berfokuskan persaingan kualitas produk dan harga, namun persaingan tersebut tidaklah cukup karena masih banyak aspek-aspek yang dapat dimanfaatkan oleh toko jam untuk memenangkan persaingan dan menjadi *market leader*. Dibutuhkan strategi yang inovatif untuk bertahan dan memenangkan persaingan, antara lain strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mengatur ulang *Servicescape* dalam hal ini berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai kesetiaan seorang terhadap suatu hal. Loyalitas pelanggan ialah komitmen pelanggan buat bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa yang dipilih secara konsisten pada masa yang akan tiba, meskipun efek situasi serta perjuangan-usaha pemasaran mempunyai potensi buat mengakibatkan perubahan perilaku. Beberapa pelanggan dari suatu Toko jam berpendapat bahwa mereka ingin melakukan pembelian ulang pada toko jam tersebut, namun ada juga yang mengatakan bahwa mereka hanya kebetulan lewat dan melakukan pembelian di toko jam tersebut karena mereka memiliki tempat langganan mereka sendiri. Kondisi tersebut tentu membawa pengaruh yang tidak baik pada perkembangan toko jam. Mempertahankan pelanggan adalah hal yang dapat membawa dampak positif dimasa yang akan datang, dengan kata lain strategi ini merupakan strategi jangka panjang. Terdapat beberapa upaya untuk menjaga dan mempertahankan pelanggan. Diantara lain dengan meningkatkan kualitas karyawan untuk melayani pelanggan dan membuat *Servicescape* semenarik mungkin.

Dalam hal ini yang dimaksud meningkatkan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah bagaimana pihak toko mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan, cepat, dan tepat sehingga mampu mewakili integritas toko tersebut. Selain melayani pelanggan dengan cepat, pihak toko juga harus mengerti seberapa pentingnya untuk memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan, agar pelanggan mendapatkan kepuasan yang optimal.

Selain meningkatkan kualitas pelayanan strategi atas bagaimana memaksimalkan aspek *Servicescape* dapat menjadi salah satu strategi yang tersedia bagi para pengusaha ritel toko jam untuk memenangkan persaingan di pasar. Dengan memaksimalkan aspek *Servicescape* pelanggan akan melihat nilai tambah pada toko jam tersebut. Memaksimalkan *Servicescape* sendiri dapat diartikan bagaimana pihak toko mengatur sedemikian rupa tata letak fisik agar mampu menciptakan perasaan nyaman, menarik, dan rapi sehingga mampu membuat para pelanggan betah untuk berlama-lama didalam toko. Dengan bertambahnya kontribusi aspek *Servicescape* ini pelanggan akan mendapatkan kepuasan tersendiri dalam melihat keindahan dan kerapian lingkungan fisik dari toko.

Bagi Toko jam kepuasan pelanggan merupakan salah satu tolok ukur atas strategi yang diterapkan pada toko tersebut. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu,

biaya tenaga, dan biaya pikiran Kotler dalam Pangkey (2013). Jika strategi tersebut efektif, maka akan memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

Tabel 1. 1
Daftar keluhan pelanggan toko jam di Kota Semarang Tahun 2018

Nama toko jam	Keluhan Bulan Maret	Keluhan Bulan April	Keluhan Bulan Mei	Keluhan Bulan Juni	Keluhan Bulan Juli	Total
Star Watch	23	19	20	25	27	114
Diana	15	17	17	19	21	89
DAVI	10	11	13	15	20	69

Sumber : Toko jam Star Watch, Diana, dan DAVI, 2018

Tabel diatas merupakan jumlah keluhan pelanggan yang masuk kepada 3 toko jam yang berbeda di Kota Semarang. Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa keluhan pelanggan yang masuk ke pihak toko jam tidak stabil setiap bulannya, terdapat berapa penurunan dan peningkatan keluhan pelanggan yang masuk. Dari toko Star Watch sendiri yang paling banyak memiliki keluhan yang masuk, yaitu berjumlah 114 keluhan dari 5 bulan terakhir. Sedangkan toko jam Diana memiliki 89 keluhan yang masuk dari 5 bulan terakhir. Sedangkan toko DAVI jam memiliki paling sedikit keluhan yang masuk yaitu 69 keluhan. Toko jam di Kota Semarang memiliki beberapa hal yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya pelanggan. Baik dari segi kualitas intern toko, maupun dari pandangan personal pelanggan itu sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Musriha (2011) tentang Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Komunikasi Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Mandiri di Kota Surabaya memperoleh kesimpulan bahwa *servicescape* dan kualitas komunikasi karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas dari nasabah Bank Mandiri di Kota Surabaya. Dari kesimpulan ini, dapat dilihat bahwa aspek *servicescape* dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dan juga loyalitas dari nasabah jika Bank Mandiri dapat memanfaatkan keunggulan pada aspek tersebut. Dengan meningkatnya loyalitas nasabah tersebut, maka hal itu akan memberikan dampak positif bagi Bank Mandiri.

Dalam penelitian yang lain, yang dilakukan oleh M. Masloman, B. Lumanauw, I. Trang (2014) tentang Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Kenthucky Fried Chicken* Multimart Renotana di Kota Manado memperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan *servicescape* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Kenthucky Fried Chicken* Multimart Renotana di Kota Manado. Dari kesimpulan tersebut, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dari karyawan yang bekerja pada *Kenthucky Fried Chicken* Multimart Renotana di Kota Manado telah mempengaruhi tingkat kepuasan dari konsumen. Ini menunjukkan seberapa pentingnya aspek kualitas pelayanan dalam industri kuliner.

Minimnya penelitian yang mengangkat isu tentang *Servicescape* dan Kualitas pelayanan di bidang ritel, khususnya ritel jam tangan, maka peneliti mengajukan penelitian yang berjudul **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan**

***Servicescape* pada Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Industri Toko Jam di Kota Semarang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di bahas sebelumnya, dapat di tarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG?
2. Bagaimana pengaruh antara *Servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG ?
3. Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG ?
4. Bagaimana pengaruh antara *Servicescape* terhadap loyalitas pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG ?
5. Bagaimana pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh antara *Servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG.
3. Untuk mengetahui pengaruh dan mendeskripsikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG.

4. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh antara *Servicescape* terhadap loyalitas pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG.
5. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada TOKO JAM DI KOTA SEMARANG.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Untuk memberikan sumbangan pemikiran serta saran informasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan dan memperbaiki *servicescape* yang dimiliki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan.

2. Bagi peneliti

Untuk mempraktikkan teori-teori yang pernah di tempuh dalam proses akademik dengan kenyataan yang ada di lapangan. Dan memperoleh tambahan pengetahuan agar lebih mengerti dan mampu mempelajari tentang masalah-masalah berkaitan dengan kualitas pelayanan, *servicescape*, tingkat kepuasan pelanggan dan tingkat loyalitas pelanggan.

3. Bagi akademik

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi khasanah pustaka dan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai peningkatan loyalitas pelanggan dalam perusahaan.