

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kaum muslimat diwajibkan untuk mengenakan busana muslim. Pada saat ini perkembangan kesadaran kaum muslim untuk menggunakan busana muslim semakin meningkat, kondisi ini diikuti dengan perkembangan mode pakaian yang semakin bervariasi. Busana muslim yang dimaksudkan dikhususkan pada busana muslim untuk wanita (busana muslimah). Busana selain berfungsi untuk menutup badan, menjaga kesehatan, memperoleh penampilan juga merupakan cerminan status sosial seseorang. Di dalam Islam busana muslim lebih menekankan pada arti menutup aurat, baik untuk kaum laki-laki maupun perempuan. Allah SWT memerintahkan umatnya (wanita) untuk menggunakan busana muslimah, yang tercermin pada QS. Al-Ahzab : 59.

Di era globalisasi saat ini, tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia semakin ketat, karena setiap perusahaan ingin memberikan produk dan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Perusahaan berusaha memenuhi keinginan konsumen yang setiap saat dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen merupakan tujuan utama bagi perusahaan. Salah satu bisnis yang bermunculan saat ini adalah Toko atau Butik yang menjual pakaian atau busana yang bernuansa islami atau busana muslim.

Dalam perjalanannya toko atau butik muslim semakin meningkat baik dalam suatu produk maupun pelayanan yang diberikan. Keadaan tersebut menyebabkan adanya persaingan dengan toko atau butik busana muslim lainnya.

Akibatnya, mau tidak mau para pengusaha busana muslim tidak mempunyai pilihan lain kecuali memenangkan persaingan tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut perusahaan harus bisa memberikan kepuasan serta loyalitas pada konsumen dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diinginkan oleh para konsumen. dalam perekonomian busana muslim, Butik shafira Collection merupakan salah satu dari perdagangan produk busana muslim di kota Demak.

Shafira Collection merupakan toko atau butik yang menyediakan busana muslim dan perlengkapan muslim yang berlokasi di Jalan. Nurcahya No. 6 Demak. Shafira Collection mempunyai banyak pelanggan dikarenakan secara umum pola pemasaran Shafira Collection lebih menekankan kepada semua kalangan. Sehingga melihat pelanggan dari karakteristik itu baik dari jenis kelamin, usia, dan pekerjaannya. Diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pendapat mengenai kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk busana muslim yang Shafira Collection tawarkan.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen menurut jurnal Bachtiar (2011) adalah perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk tersebut. Konsumen yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat penting kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan

perusahaan jasa. Kualitas tersebut akan berpengaruh pada kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas konsumen pada penyedia jasa tersebut.

Loyalitas konsumen merupakan bentuk kepercayaan dari konsumen akan pemakaian suatu produk atau jasa dan pembelian ulang akan suatu produk atau jasa. Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku seseorang untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan membangun kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. apabila konsumen merasa senang atau puas terhadap suatu produk maka akan menimbulkan loyalitas pada konsumen tersebut. Dan Griffin (2002) berpendapat bahwa konsumen yang loyal yaitu konsumen yang sangat puas atau senang dengan adanya suatu produk atau jasa, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan dan merekomendasikan kepada siapapun yang dikenal. Loyalitas pelanggan bukan diukur dari seberapa sering kesediaan pelanggan untuk membeli, namun jauh kedepan bahwa pelanggan juga bersedia untuk merekomendasikan produk tersebut ke orang lain supaya membelinya.

Mengetahui loyalitas konsumen sendiri sangat penting dan berpengaruh bagi sebuah perusahaan terutama mengenai variabel variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen tersebut, berdasarkan pendapat dari (Chitty, Ward dan Chua, 2007 dan Helm, 2007) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kepuasan. Dalam penelitian yang lainnya juga membuktikan bahwa loyalitas dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas

pelayanan yang dianggap menjadi prediktor yang lebih baik untuk loyalitas konsumen seperti yang kemukakan oleh Wong, A. dan Sohal, A. (2002).

Kualitas produk memegang peranan yang sangat penting, karena suatu kualitas produk akan terkait dengan janji dan harapan, sehingga salah satu perannya adalah menjembatani harapan konsumen pada saat perusahaan menjanjikan sesuatu kepada konsumen. kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan loyalitas konsumen. jika produk yang diberikan sesuai dengan harapan atau keinginan konsumen, maka konsumen akan bersikap loyal terhadap perusahaan tersebut dan akan kembali membeli produk tersebut.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan kepuasan dan loyalitas konsumen pada perusahaan tersebut. perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumennya. Hal tersebut akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Jika pelayanan yang diberikan baik sesuai dengan harapan konsumen dan konsumen merasa puas atau senang maka konsumen akan kembali ke perusahaan tersebut dan akan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain. Sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas konsumen (Fandy Tjiptono, 2008).

Perusahaan memerlukan suatu strategi yang tepat untuk mendapatkan kepausan dan loyalitas dari konsumennya. Salah satu cara yang tepat untuk

mendapatkan loyalitas dari konsumen adalah dapat memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik yang diharapkan atau diinginkan oleh konsumen. Kualitas menjadi hal yang penting bagi perusahaan karena pesaing bisa dengan mudah meniru rancangan atau model produk dari suatu perusahaan, tetapi pesaing tidak dapat membandingkan kesan terakhir dalam pemikiran konsumen akan kualitas produk suatu perusahaan tersebut. Menjaga dan mempertahankan loyalitas pelanggan bukan pekerjaan yang mudah, kunci agar dapat mempertahankan sikap loyalitas adalah dengan kemampuan perusahaan yang diwajibkan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkesinambungan (Wibawa dkk, 2014).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sembiring dkk (2014), menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2015), menunjukkan bahwa no significant effect for the variables of service quality and brand image on the satisfaction (tidak ada pengaruh signifikan untuk variabel kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Andreas dkk (2015) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring dkk (2014), menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas konsumen bisa dibentuk apabila konsumen merasa puas atau senang dengan tingkat pelayanan yang diterima atau diberikan (Kurniasih, 2012). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring dkk (2014), menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun dari hasil penelitian oleh Kurniasih (2012), menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Khan (2012), menunjukkan bahwa *customer's satisfaction have positive and significant impact on customer loyalty* (kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen). Namun hasil dari penelitian yang dikemukakan oleh Jimanto dkk (2014), menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Andreas dkk (2015), menunjukkan pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan, kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih (2012), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan dan penelitian yang dilakukan oleh Wibawa dkk (2014),

Berdasarkan uraian diatas, menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan loyalitas konsumen serta kepuasan konsumen. Berikut jumlah pengunjung Butik Shafira Collection tahun 2017.

Tabel 1. 1. Jumlah Pembeli yang Membeli Produk Busana Muslim di Butik Shafira Collection Demak dan Data Kepuasan Konsumen

dari Bulan Juni – Desember 2017

Bulan	Jumlah Pembeli 2017	Jumlah Penurunan Pembeli 2017
Juni	240	-
Juli	322	82
Agustus	236	-86
September	188	-48
Oktober	212	24
November	240	28
Desember	152	-88

Sumber: Data dari Butik Shafira Collection Demaktahun 2017.

Dari tabel 1.1 diketahui data pembeli Butik Shafitra Collection tahun 2017 dari bulan Juni sampai dengan Desember terlihat bahwa adanya kenaikan dan penurunan jumlah konsumen. hal ini disebabkan karena banyaknya pesaing dan turunnya loyalitas konsumen terhadap busana muslim. Penurunan ini diperkirakan karena banyak pesaing sejenis yang berlokasi di Demak. Karena banyak yang menjual produk busana muslim yang berkualitas juga.

Tabel 1. 2. Data Kepuasan Konsumen Butik Shafira Collection Demak tahun 2017

Indikator Kepuasan Konsumen	Tahun 2017	Tingkat Kepuasan Konsumen
Kesesuaian dengan harapan	40 %	Sangat Puas
Kesesuaian dengan kebutuhan	25 %	Tidak Puas
Kesesuaian dengan daya beli dan selera	35 %	Puas
Total	100 %	

Sumber : Butik Shafira Collection Demak tahun 2017

Dari data yang tertulis di atas pembeli produk Shafira Collection Demak pada indikator kesesuaian dengan harapan tingkat kepuasan konsumennya sangat puas, hal tersebut dikarenakan produk yang konsumen beli sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul : **”Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen”**. (Studi pada Konsumen Butik Shafira Collection Demak)

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan loyalitas melalui kepuasan konsumen Butik Shafira Collection Demak. Adapun pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Butik Shafira Collection Demak.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Butik Shafira Collection Demak.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Butik Shafira Collection Demak.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Butik Shafira Collection Demak.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Butik Shafira Collection Demak.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sehingga nantinya diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi perusahaan secara efektif di waktu yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis, dan penulis memperoleh gambaran lebih mendalam terutama mengenai kepuasan dan loyalitas konsumen Produk Butik Shafira Collection.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi yang bermanfaat dan dapat bahan kajian yang lebih mendalam bagi para peneliti selanjutnya.