

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pesatnya pertumbuhan dunia usaha di era modern mengakibatkan bertambahnya jumlah usaha baru yang diluncurkan ke masyarakat baik kecil, menengah, maupun besar. Pesatnya pertumbuhan penyediaan jasa laundry kiloan mengikuti fenomena tersebut. Dengan masyarakatnya cenderung memiliki tingkat kesibukan dan kepadatan yang tinggi seperti waktu di jalan, jam kerja yang panjang dan banyaknya ibu yang bekerja tidak mengherankan jika banyak masyarakat yang membutuhkan suatu kemudahan, salah satunya adalah kemudahan dalam mencuci pakaian. Layanan laundry kiloan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang ingin mencuci pakaiannya. Upaya laundry kiloan meningkat pesat di berbagai lokasi, dari lokasi terpencil hingga yang ramai. Usaha cuci laundry kiloan ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat saat sekarang ini yang ingin serba praktis, karena tuntutan kesibukan dari berbagai kalangan contohnya seperti para ibu rumah tangga, mahasiswa, karyawan negeri maupun karyawan swasta. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan suatu kemudahan dalam mencuci pakaian, juga menyebabkan meningkatnya peluang usaha jasa laundry.

Jasa laundry adalah salah satu jenis usaha yang menyediakan jasa pencucian khusus untuk pakaian. Dalam masyarakat saat ini, layanan laundry

lebih dari sekedar tempat untuk mencuci pakaian, mereka juga tempat untuk merawat pakaian agar lebih bersih dan tahan lama. Faktor-faktor tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang sama. Kemajuan teknologi, yang secara terus menerus memberikan peluang bagi inovasi dan pengembangan produk maupun jasa. Tahap ekonomi, yang memaparkan pemasaran pada kondisi masyarakat yang semakin sejahtera dan menuntut penawaran kualitas yang lebih tinggi. Dan sejarah sosial yang telah menyebabkan beberapa orang untuk memiliki atau menjadi masyarakat berbasis pengetahuan dalam menanggapi kemajuan teknologi dan teknis dalam industri laundry.

Dasar utama dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Dalam hal ini, perusahaan dapat dikatakan baik jika dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dengan produk atau layanannya. Kepuasan pelanggan akan sangat dipengaruhi oleh produk dan layanan yang berkualitas tinggi. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai kualitas pelayanan, dimana hal ini dapat ditemukan dengan membandingkan jenis pelayanan dengan pelayanan lain yang sejenis. Menurut Fandy Tjiptono (2005) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang erat kaitannya dengan produk, pelayanan, dan sumber daya manusia. Akibatnya, pelanggan dapat melihat bagaimana perusahaan A dan B membandingkan dalam hal kualitas layanan, serta prosedur dan pengaturan yang setidaknya dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan kualitas layanan. Meningkatkan hubungan internal yang

terjalin antara pemilik bisnis dan pelanggan dapat dilakukan atau dicapai melalui kualitas layanan. Pelanggan akan merasa dihargai di tempat usaha jika harapan dan keinginan mereka terpenuhi. Pelanggan percaya bahwa jumlah yang mereka keluarkan sebanding dengan kebutuhan dan tujuan mereka. Akibatnya, penyedia layanan harus menemukan berbagai cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan seperti membuat pengalaman pengunjung seaman dan menyenangkan mungkin. Pastikan pengunjung tidak merasa nyaman seperti tidak menerima pelayanan yang ramah dan acuh sebagai imbalan mereka.<sup>1</sup>

Ini adalah tanggung jawab setiap pebisnis untuk memastikan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sangat sulit untuk membangun loyalitas pelanggan, jika kita memiliki pelanggan yang merasa puas kita harus mempertahankannya dengan segala cara. Karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit daripada mendapatkan yang baru. Kepuasan pelanggan akan dibentuk oleh hasil evaluasi kualitas layanan. Menurut Philip Kotler (2012), “Pelanggan dikatakan setia jika mereka hanya menggunakan satu layanan dalam satu waktu dan tidak pernah beralih yang menunjukkan tingkat loyalitas yang sangat tinggi. Sebaliknya, seorang pelanggan dikatakan sangat tidak setia jika mereka sama sekali tidak tertarik dalam suatu produk atau layanan dan tidak memiliki

---

<sup>1</sup> F.S.Maramis, J.L.Sepang, A.S.Soegoto, “*PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. AIR MANADO*”, 2018, Jurnal EMBA, Vol.6 No.3, Hal. 1658 – 1667

loyalitas terhadapnya. Pelanggan jenis ini selalu memiliki pola konsumsi yang berbeda untuk layanan yang berbeda.<sup>2</sup>

Penulis membahas masalah ini karena pada kenyataannya masyarakat mengalami peningkatan jumlah fasilitas laundry baik laundry besar maupun laundry-laundry kecil. Bisnis laundry memiliki banyak potensi, dan hanya butuh beberapa hari untuk mendapatkan modal awal kembali. Layanan laundry ini termasuk perusahaan yang memiliki tingkat turn over atau omzet yang tinggi. Hingga belasan atau bahkan puluhan juta bisa didapat.

Humaira Laundry adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa cuci kiloan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dimana dalam menjalankan usahanya pebisnis berusaha memaksimalkan kualitas pelayanan dan kualitas jasa untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mengukur secara eksplisit persepsi mengenai pentingnya unsur-unsur layanan pelanggan, perusahaan menempatkan untuk menanggapi kebutuhan-kebutuhan segmen yang diidentifikasi dan mengalokasikan penawaran layanan yang cocok untuk mengantisipasi perkembangan dunia usaha yang mengarah pada kualitas pelayanan dan kualitas jasa.

Alasan penulis ingin melakukan penelitian di Humaira Laundry adalah mengingat ketatnya dalam persaingan di industri laundry yang ada di Desa

---

<sup>2</sup> Sambodo Rio Sasongko, “*FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*”, 2021, JIMT, Volume 3 Issue 1, Hal 104-114

Tanjungsari dan sekitarnya, jasa yang ditawarkan relatif sama dan perbedaan bisa dibagi pada kualitas jasa dan pelayanannya seperti perlakuan bahan dan waktu mengerjakan laundry. Hal ini menarik bagi penulis karena Humaira Laundry adalah perusahaan jasa yang berada di tingkatan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memberikan pelayanan yang professional, penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas jasa di UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang diberikan Humaira Laundry dengan menggunakan cara professional dalam melakukan pelayanan usahanya.

**Tabel 1.1**  
**Data Pelanggan dalam setahun terakhir**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>
Juli 2021	73
Agustus 2021	67
September 2021	70
Oktober 2021	65
November 2021	73
Desember 2021	64
Januari 2022	70
Februari 2022	70
Maret 2022	64
April 2022	68
Mei 2022	63
Juni 2022	60

Sumber :Data Humaira Laundry Tanjungsari 2021-2022

Berdasarkan hasil penelitian dan tabel di atas, pihak Humaira Laundry mengalami ketidakstabilan jumlah pelanggan justru malah mengalami penurunan jumlah pelanggan di beberapa bulan terakhir ini. Terjadinya penurunan jumlah pelanggan Humaira Laundry diduga karena banyaknya kompetitor (pesaing) yang membuka usaha laundry kiloan di Desa Tanjungsari dan sekitarnya. Humaira Laundry menyediakan berbagai macam jenis laundry. Ketatnya persaingan pada saat ini membuat Humaira Laundry harus mampu bertahan dan selalu mencoba memberikan pelayanan yang ramah agar dapat menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan pelanggannya. Disini peneliti juga ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas jasa yang diberikan oleh Humaira Laundry untuk mempertahankan pelanggannya

Berangkat dari latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan kajian yang lebih mendalam dan komprehensif yang akan dituangkan ke dalam bentuk penelitian melalui penulisan proposal dengan merumuskan judul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA LAUNDRY (Studi Kasus Humaira Laundry di Tanjungsari Boyolangu Tulungagung)**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah terkait dengan variabel penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Humaira Laundry Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu. Hal tersebut dikarenakan penerapan indikator variabel dari kualitas pelayanan dan kualitas jasa yang harus sesuai dan sejalan sehingga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Humaira Laundry dalam jangka waktu tertentu.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa Humaira Laundry Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah variabel kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa Humaira Laundry Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan dan kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa Humaira

Laundry Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa Humaira Laundry Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung
2. Mengkaji variabel kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa Humaira Laundry Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung
3. Mengkaji variabel kualitas pelayanan dan kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa Humaira Laundry Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi Pelaku Bisnis

Penelitian ini dapat memberikan masukan dan pertimbangan bagi bisnis Humaira Laundry di Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu tentang Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Memberikan pengembangan ilmu dan menambah wawasan serta pola pikir dalam menganalisis hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan pada usaha Humaira Laundry di Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

4. Bagi Pihak Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan dan literatur bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

## **F. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah**

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dan batasan masalah yang diberikan dalam penelitian bertujuan menghindari adanya pembahasan yang meluas dari tema penelitian ini. Adapun variabel-variabel yang dikaji dan diteliti dalam penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Jasa (X2), sedangkan variabel terikat (Y) adalah Loyalitas Pelanggan.

## 2. Batasan Masalah

Agar pembahasan yang dilakukan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis melakukan pembatasan masalah hanya:

1. Penelitian berfokus pada kualitas pelayanan dan kualitas jasa yang diberikan oleh pihak Humaira Laundry pada saat menggunakan jasanya.
2. Menggunakan tiga variable penelitian yaitu kualitas pelayanan, kualitas jasa, dan Loyalitas pelanggan.

## **G. Penegasan Istilah**

Dalam penelitian ini perlu adanya penegasan istilah dari judul yang telah diangkat supaya tidak terjadi perbedaan pemahaman dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis akan memberikan penegasan istilah mengenai judul yang telah diangkat tersebut sebagai berikut:

## 1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan unsur dalam penelitian yang menerangkan mengenai teori dan karakteristik yang hendak diteliti. Berdasarkan teori yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut:

### a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam hal ini dapat diartikan sebagai service atau jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, ketepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk keputusan pembelian. Pelayanan yang baik akan mampu menarik pelanggan agar tetap setia terhadap suatu produk, jika sikap acuh, tidak ramah maka pelanggan akan beralih ke produk yang lain yang dirasa mampu memberikan layanan yang lebih baik.<sup>3</sup>

### b. Kualitas Jasa

Kualitas jasa sering didefinisikan sebagai usaha pemenuhan dari keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dalam Tjiptono berpendapat bahwa Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dalam pengendalian atas keunggulan

---

<sup>3</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), hlm. 145

tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yakni, jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).<sup>4</sup>

c. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang secara terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.<sup>5</sup>

2. Definisi Operasional

Pengertian secara operasional merupakan penjelasan yang diuraikan oleh peneliti dan bukan dari para ahli/pakar.

- a. Kualitas Pelayanan (X1), merupakan sebuah bentuk pelayanan yang mengedepankan kepuasan pelanggan secara penuh serta telah menjadi dasar dasar pada visi misinya.

---

<sup>4</sup> Boy Suzanto, “PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA RUMAH SAKIT UMUM KOTA BANJAR”, 2011, Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 5, No. 1, Hal 28-44

<sup>5</sup> Lili Suryati, “Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”, (Yogyakarta : CV BUDI UTAMA, 2015), hal. 23

- b. Kualitas Jasa (X2), merupakan kemampuan suatu hasil jasa untuk memuaskan pelanggan dan melaksanakan fungsinya meliputi kesesuaian, ketahanan, dan konsisten.
- c. Loyalitas Pelanggan (Y), merupakan suatu komitmen yang dilakukan oleh pelanggan untuk melakukan bisnis dengan perusahaan dengan membeli barang atau menggunakan jasa secara berulang.

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa humaira laundry Tanjungsari. Adakah pengaruhnya antara variabel independen terhadap variabel dependen yang dikaji, dengan demikian peneliti dapat mengetahui faktor apakah yang menjadi pengaruhnya dalam mempengaruhi perkembangan Humaira Laundry.

## **H. Sistematika Skripsi**

**BAB I** : Pendahuluan

Dalam bab pertama pendahuluan memuat rincian mengenai; latar belakang, tujuan penelitian, rumusan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan,

**BAB II** : Landasan Teori

Bab kedua memaparkan tinjauan umum tentang usaha laundry, Kualitas Pelayanan, Kualitas Jasa, dan Loyalitas Pelanggan.

**BAB III : Metode Penelitian**

Bab ketiga berisi uraian lokasi penelitian jenis dan sumber data populasi dan sampel serta alat analisis data yang digunakan.

**BAB IV : Hasil Penelitian**

Bab keempat memuat penulisan hasil temuan dari penelitian.

**BAB V : Pembahasan**

Pada bab ini menguraikan tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

**BAB VI : Penutup**

Bab keenam merupakan bab penutup yang berisi dari kesimpulan dan saran yang bisa membantu penelitian selanjutnya.