

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat dan modern telah memberikan dampak positif bagi berbagai perusahaan industri, perdagangan dan jasa. Agar suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menawarkan atau mengeluarkan produk sejenis, manajemen harus dapat mengoperasikan perusahaan dengan baik agar konsumen atau pelanggan yang sudah ada tidak beralih ke perusahaan lain.

Bisnis harus lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen, atau bisnis harus mampu menciptakan produk yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan guna mendorong loyalitas pelanggan. Perusahaan juga harus menggunakan teknologi canggih dengan sistem otomatis untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Air merupakan kebutuhan dasar yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia. Penyediaan air bersih menjadi perhatian khusus setiap negara di dunia tidak terkecuali di Indonesia. Pertumbuhan penduduk, perkembangan pembangunan, dan meningkatnya standar kehidupan menyebabkan kebutuhan akan air bersih terus meningkat. Mengingat air adalah salah satu sumber daya alam yang sangat penting bagi kehidupan manusia, namun pada saat ini kita sulit sekali mendapatkan pasokan air bersih, sehingga kita memerlukan jasa pelayanan penyedia air bersih.

Kualitas produk merupakan faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 272) kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana positioning utama

pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas erat hubungannya dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Adelaniawati dkk (2022) mengatakan bahwa Kualitas Produk Secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, sedangkan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Susu Segar Supermilk Magetan cabang Kecamatan Barat.

Menurut Usmara (Pattaray et al., 2021:11) kualitas pelayanan merupakan suatu sikap yang dihasilkan dari membandingkan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan dengan kinerja perusahaan seperti yang dipersepsikan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Oleh karenanya, apakah pelayanan dalam bidang lain seperti pelayanan dalam pembayaran loket, pengaduan gangguan, pemasangan baru atau pembacaan meter air yang dilakukan hippam dapat terlaksana dengan baik. Walaupun itu termasuk hal kecil, tetapi sangat berpengaruh bagi pihak yang bersangkutan untuk menentukan pelayanan yang akan di berikan dapat benar-benar memuaskan pelanggan atau tidak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Budiyanto dkk (2019) mengatakan bahwa hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kotler dan Armstrong (2019) menyatakan bahwa CRM adalah seluruh proses dalam membangun dan menjaga hubungan yang menguntungkan

dengan pelanggan melalui nilai dan kepuasan yang tinggi. Secara umum dapat dinyatakan bahwa CRM bertujuan untuk mengembangkan hubungan menguntungkan dan mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara *profitable* dengan mengintegrasikan proses dan fungsi internal dengan semua jaringan eksternal.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Adnin dkk (2013) Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Himpunan Penduduk Pemakai Air Minum (Hippam) Tirto Joyo II, merupakan usaha desa yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa air bersih, selalu berusaha melayani dan memenuhi kebutuhan air minum warga, dengan keinginan agar semua masyarakat mendapatkan pelayanan air minum untuk membuat mereka merasa puas. Tidak sulit mendapatkan pasokan air bersih, padahal air merupakan kebutuhan pokok semua makhluk hidup di dunia, termasuk manusia. Tanpa air, manusia akan sulit mempertahankan kehidupannya, sehingga pengolahannya harus diatur agar dapat digunakan secara ekonomis dan efisien.

Berdasarkan pemaparan dari Latar Belakang masalah di atas, maka peneliti dapat merumuskan judul dalam peneliti ini dengan tema “ **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Air bersih (Study Kasus Hippam Tirto Joyo II)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat disimpulkan perumusan masalahnya. Rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management* secara parsial terhadap Hippiam Tirto Joyo II ?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management* secara simultan terhadap Hippiam Tirto Joyo II ?
3. Variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management* secara parsial terhadap Hippiam Tirto Joyo II.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management* secara simultan terhadap Hippiam Tirto Joyo II.
3. Untuk Mengetahui variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Peneliti menggunakan pengembangan model konseptual mengenai Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, CRM terhadap loyalitas pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan dan pengetahuan serta sebagai dasar perbandingan sejauh mana teori-teori yang diperoleh selama kuliah, sehingga dapat diketahui relevansi teori dengan kondisi yang ada dilapangan.

2. Bagi Universitas dan Penelitian lain

Hasil penelitian ini umumnya untuk Universitas dan khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan, dimana penelitian ini menambah refrensi di perpustakaan dan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa atau mahasiswi dan peneliti lain terkait dengan teori penelitian tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan.

3. Bagi Lokasi Penelitian

Penelitian ini diharapkan menjadi suatu bahan evaluasi Pengelola Hippiam dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan Produk, Pelayanan dan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas pelanggan Hippiam Tirto Joyo II.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan acuan yang nantinya diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan dan wawasan pembaca dalam menyusun tugas akhir atau melakukan penelitian.