

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan di masa persaingan bisnis yang ketat. Pentingnya loyalitas pelanggan bagi bisnis tidak dapat dipungkiri, banyak bisnis yang sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya untuk jangka panjang, jika memungkinkan selamanya. Perusahaan yang mampu membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan akan berhasil dalam jangka panjang *LeBeouf*, dalam Agung (2020:51)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:217) Perusahaan dapat belajar banyak dengan menganalisis loyalitas di pasarnya. hal tersebut dimulai dengan mempelajari pelanggan setianya sendiri. Pelanggan yang loyal/setia bisa menjadi aset berharga. Karena mereka akan sering mempromosikan merek dan produk dari perusahaan melalui mulut ke mulut dan media sosial.

Menurut Hall dan Lee (2022) Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan membangun reputasi perusahaan. Menurut Rosidah, dalam Muchlisin (2022) reputasi suatu perusahaan adalah persepsi konsumen terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik, atau penilaian terhadap kondisi masa lalu dan prospek masa depan yang berkaitan dengan kualitas perusahaan atau produk tersebut.

Reputasi menjadi aset berharga bagi perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Reputasi perusahaan merupakan salah satu nilai yang berdampak paling besar bagi perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik akan

membantu menciptakan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain reputasi perusahaan, *customer relationship* dan etika bisnis juga dapat berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) *Customer relationship* adalah mengelola informasi terperinci tentang pelanggan individu dan mengelola pendekatan pelanggan dengan hati-hati untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan.

Etika bisnis adalah kumpulan nilai yang dijadikan acuan oleh perusahaan dalam mengelola bisnisnya. Etika bisnis dapat membantu perusahaan untuk membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut Budi (2019). Etika bisnis adalah pengetahuan tentang praktik tata cara dan manajemen yang ideal, termasuk norma dan konsep moral yang berlaku secara universal, ekonomis dan sosial. Pelaku bisnis dapat mencapai tujuannya dengan mempertimbangkan kepentingan dan fenomena sosial budaya yang terjadi di masyarakat.

Menurut Kotler dan Keller (2021). Loyalitas pelanggan adalah tingkat keinginan pelanggan untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan perusahaan atau merek, menghindari beralih ke pesaing, dan bersedia melakukan upaya tambahan untuk mempertahankan hubungan tersebut. Loyalitas pelanggan memberikan profitabilitas bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal dapat menunjukkan sikap dan perilaku yang positif serta dapat memberikan rekomendasi yang positif sehingga dapat menjadi alat promosi bagi perusahaan tersebut. Bagi konsumen loyalitas akan memberikan manfaat dengan cara memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, proses pencarian informasi

yang lebih cepat dan adanya kepuasan. Selain itu loyalitas konsumen juga dapat memberikan manfaat dalam mengurangi risiko pembelian, memberikan manfaat ekonomi, meningkatkan efisiensi dalam proses pengambilan keputusan.

Toko jaya elektronik adalah toko yang menjual berbagai peralatan elektronik yang didirikan oleh M. Titon Jaya Putra, S.T pada tahun 2016. Meskipun terbilang masih baru, namun Toko jaya elektronik adalah usaha yang dikenal memiliki reputasi yang baik di mata pelanggan. Selain memiliki barang yang berkualitas dan harga produk yang murah. Toko jaya elektronik juga dikenal jujur dan memberikan pelayanan yang ramah terhadap pelanggan. Bahkan, toko jaya elektronik akan memberikan diskon bagi pelanggan tetap. Hal inilah yang membuat pelanggan merasa loyal dan tetap setia untuk kembali berbelanja di masa mendatang. Jika sebuah perusahaan memiliki reputasi yang baik, hubungan pelanggan dan etika bisnis yang baik. Maka faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap meningkatnya loyalitas pelanggan.

Berdasarkan masalah tersebut, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Reputasi Perusahaan, *Customer Relationship*, dan Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Toko Jaya Elektronik”

## **1.2 Perumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka pokok masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah reputasi perusahaan, *customer relationship*, dan etika bisnis berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jaya Elektronik?

2. Apakah reputasi perusahaan, *customer relationship*, dan etika bisnis berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jaya Elektronik?
3. Faktor manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jaya Elektronik?

### **1.3 Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah reputasi perusahaan, *customer relationship*, dan etika bisnis berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jaya Elektronik
2. Untuk mengetahui apakah reputasi perusahaan, *customer relationship*, dan etika bisnis berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jaya Elektronik
3. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jaya Elektronik

### **1.4 Kegunaan penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi peneliti, universitas, perusahaan, maupun pembaca

#### **1. Bagi peneliti**

Peneliti dapat memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui strategi reputasi perusahaan, *customer relationship*, dan etika bisnis. Penelitian ini juga akan memberikan penulis pengalaman penting dalam melakukan penelitian dan menganalisis data.

## **2. Bagi universitas**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan akademik dan praktis mahasiswa. Penelitian ini juga akan membantu universitas untuk memperbarui dan mengembangkan kurikulumnya dengan informasi yang diperoleh dari penelitian ini.

## **3. Bagi perusahaan**

Penelitian ini akan memberikan wawasan kepada perusahaan tentang bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan melalui manajemen reputasi, *customer relationship*, dan etika bisnis. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan profitabilitasnya di masa yang akan datang.

## **4. Bagi pembaca**

Penelitian ini akan memberikan informasi penting tentang bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan melalui manajemen reputasi, *customer relationship*, dan etika bisnis. Hasil penelitian ini akan membantu pembaca untuk memahami lebih lanjut tentang konsep manajemen reputasi, manajemen loyalitas pelanggan, etika bisnis, serta perilaku konsumen.