

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti ini, perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal tersebut mendorong semakin berkembangnya dunia bisnis di segala bidang. Kondisi yang terjadi sebagai efek samping dari fenomena tersebut adalah tingkat persaingan dalam dunia bisnis yang dihadapi perusahaan dapat dikatakan sangat tinggi. Persaingan tersebut memunculkan pasar yang kompetitif sehingga usaha konveksi harus selalu mengamati persaingan dalam lingkup bisnisnya. Salah satu bidang bisnis yang memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi adalah usaha di bidang konveksi. Perkembangan teknologi yang ada membuat segala proses produksi konveksi menjadi lebih mudah, sehingga para produsen lebih mudah dalam proses produksi.

Usaha konveksi merupakan usaha menengah industri rumahan. Umumnya usaha konveksi mendapatkan pesanan dan jumlah yang besar pada event tertentu, seperti menjelang agustusan. Spesifikasi ini memudahkan pembisnis untuk menjalankan sebuah bisnis konveksi agar tetap lancar dan semakin berkembang.

Kualitas Produk yang kuat dan sesuai harapan konsumen dapat menarik konsumen untuk menggunakan sebagai faktor penentu dalam memilih keputusan pembelian. Semakin positif kualitas produk yang dibangun oleh perusahaan, maka akan berpengaruh terhadap calon pembeli dalam memilih produk perusahaan atau toko tersebut.

Kepercayaan merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil actual. Apabila konsumen mengharapkan suatu layanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka konsumen tersebut dapat dinyatakan percaya. Demikian pula konsumen mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya konsumen tersebut merasakan bahwa pelayanan atau produk yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka konsumen tersebut dapat dikatakan puas. Dengan terpenuhkannya keinginan dan kebutuhan para konsumen, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus.

Loyalitas dapat digunakan sebagai kriteria mendasar dalam membuat keputusan yang menambah nilai produk atau layanan bagi konsumennya. Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai kesiapan konsumen untuk terus melakukan pembelian ulang terhadap suatu perusahaan dalam jangka panjang dengan membeli dan menggunakan barang atau jasa secara teratur, dan pelanggan dengan rela mempromosikan produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada kerabat dan kenalannya.

Perusahaan dapat memperoleh konsumen baru dengan mempertahankan konsumen yang sudah ada. Hal ini disebabkan salah satu kebiasaan konsumen

yang loyal adalah merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain. Akibatnya, konsumen loyal akan menjadi aset yang sangat berharga untuk bisnis. Karena konsumen yang puas cenderung tetap loyal, kepuasan konsumen adalah salah satu kunci untuk membangun loyalitas konsumen terhadap produk atau pelayanan tertentu.

Sablon_Cloth.bandung adalah usaha industri konveksi yang memproduksi berbagai macam produk seperti sablon, border, baju seragam komunitas, jaket, hodie, bendera dan kemeja dll, yang mana dalam produksinya konveksi Sablon_cloth.bandung selalu memberikan jaminan kepuasan konsumen, kepercayaan dan kualitas produk agar konsumen lebih loyal terhadap konveksi Sablon_cloth.bandung Para konsumen dapat memesan produksi produk yang mereka inginkan sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan, seperti memilih jenis bahan, warna bahan, jenis sablonan, warna sablonan, dan bentuk pakaian yang diinginkan.

Tabel 1.1 Jumlah konsumen Desember 2021 sampai November 2022

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Desember (2021)	31
2	Januari (2022)	33
3	Februari (2022)	34
4	Maret (2022)	37
5	April (2022)	39
6	Mei (2022)	41
7	Juni (2022)	44
8	Juli (2022)	58
9	Agustus (2022)	63
10	September (2022)	59
11	Oktober (2022)	57
12	November (2022)	46
	Jumlah :	542

Sumber : Sablon_cloth.bandung (2022)

Tabel di atas menunjukkan peningkatan rata-rata jumlah konsumen pada bulan Desember 2021 sampai November 2022. Rata-Rata jumlah konsumen usaha konveksi Sablon_cloth.bandung meningkat dengan signifikan dari bulan Desember 2021 sampai Agustus 2022, namun di bulan September sampai November terjadi sedikit penurunan pada konsumen tetap pada usaha konveksi Sablon_cloth.bandung

Fenomena tersebut di atas menunjukkan bahwa bisnis konveksi Sablon_cloth.bandung mengalami penurunan loyalitas pelanggan, sehingga banyak pelanggan tetapnya meninggalkan perusahaan demi salah satu pesaingnya. Hal ini akan berdampak buruk bagi konveksi Sablon_cloth.bandung, sehingga diperlukan upaya tambahan untuk mendapatkan kembali loyalitas konsumen.

Usaha konveksi Sablon_cloth.bandung berkomitmen untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan cara dengan pelayanan yang ramah, cepat, dan mudah. Pelanggan hanya perlu menghubungi melewati via WA, SMS, atau telp untuk memesan produk mereka, Hal ini dilakukan agar konsumen merasa puas. Namun kepuasan yang diberikan oleh usaha konveksi Sablon_cloth.bandung belum mampu mempertahankan loyalitas konsumen. usaha konveksi Sablon_cloth.bandung juga menjamin kualitas dari produk yang dipesan oleh konsumen, terutama dari segi kualitas bahan yang digunakan. Namun, kualitas produk yang dijaga oleh usaha konveksi Sablon_cloth.bandung belum mampu mempertahankan loyalitas konsumen.

Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau perusahaan berkaitan dengan loyalitas. Alhasil, perusahaan konveksi Sablon_cloth.bandung selalu

menjunjung tinggi kepercayaan yang telah mereka berikan padanya. Hal ini penting dilakukan untuk menjaga loyalitas konsumen dan bahkan menumbuhkannya. Namun penurunan loyalitas konsumen mengindikasikan menurunnya kepuasan konsumen, kepercayaan, dan kualitas produk, sehingga mendorong banyak konsumen beralih ke pesaing lain.

Dengan adanya persaingan hal ini mendorong setiap usaha untuk memberikan yang terbaik kepada konsumennya agar konsumen merasa puas dan tidak beralih ke konveksi lain. Hal ini juga berkaitan dengan cara memberikan kepuasan, kepercayaan dan kualitas produk kepada konsumen sehingga masalah Loyalitas Konsumen menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha, maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian yang lebih lanjut dengan memilih judul **“Pengaruh *Customer Satisfaction*, Kepercayaan dan Kualitas produk Terhadap Loyalitas konsumen (Studi pada usaha konveksi Sablon_cloth.bandung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Customer satisfaction* berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen?
3. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen?
4. Apakah *Customer satisfaction*, kepercayaan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen?

5. Manakah antara *Customer satisfaction*, kepercayaan dan kualitas produk berpengaruh secara dominan terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *Customer satisfaction* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas Konsumen.
2. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen.
3. Untuk mengetahui apakah Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen.
4. Untuk mengetahui apakah *Customer satisfaction*, kepercayaan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen.
5. Untuk mengetahui Manakah antara *Customer satisfaction*, kepercayaan dan kualitas produk berpengaruh secara dominan terhadap loyalitas konsumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Berdasarkan teori penelitian dapat menambah wawasan maupun pengetahuan terhadap pembaca ataupun khalayak umum mengenai strategi mempertahankan kepuasan konsumen dan pengembangan usaha yang di terapkan oleh konveksi Sablon_cloth.bandung dalam usahanya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Penulis, Dengan adanya penelitian ini, penulis bisa menerapkan berbagai ilmu yang telah didapat selama dibangku kuliah dan menambah pengetahuan serta wawasan tentang masalah yang terjadi secara kenyataan di dunia wirausaha serta dapat memahami *customer satisfaction*, kepercayaan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Bagi Universitas Islam Lamongan, Semoga dapat mengembangkan materi pelajaran yang berhubungan dengan *customer satisfaction*, kepercayaan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dan juga suatu saat berguna sebagai bahan referensi atau acuan bagi peneliti yang mau mengadakan penelitian yang sama.

Bagi Pihak konveksi Sablon_cloth.bandung Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat dan jadi bahan masukan ataupun pertimbangan yang berkaitan dengan strategi penjualan, daya saing dan promosi. semoga dapat memberikan manfaat pada waktu masa yang akan datang.

Bagi Pembaca Penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan dan pertimbangan yang nantinya diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan juga sangat di harapkan dapat memanfaatkan sebagai bahan referensi dalam Menyusun tugas akhir ataupun melakukan penelitian yang berhubungan dengan *customer satisfaction*, kepercayaan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.