

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada era sekarang orang-orang di dunia saat ini memiliki waktu dan energi yang terbatas untuk melakukan beberapa kegiatan. Karakter masyarakat yang konsumtif dan ketertarikan masyarakat terhadap berbagai jenis layanan yang dapat membantu dan menghemat waktu mereka, karena keadaan seperti bekerja, sekolah, atau melakukan kegiatan lain, dengan ini membuat masyarakat beralih memilih layanan jasa menjadi pilihan yang dipilihnya. Oleh karena itu orang banyak yang menggunakan bisnis jasa untuk membantu kemudahan mereka sehari-hari.

Diantara sektor ekonomi di dunia yang telah tumbuh secara signifikan adalah jasa. Jasa, berbeda dengan barang berwujud. Jasa tidak berwujud dan tidak dapat dilihat atau dipegang secara langsung. Dalam industri ini, kepuasan dan loyalitas sangat ditentukan oleh kualitas layanan yang diberikan. Menurut (Nuraini & Novitaningtyas, 2022) menyatakan bahwa agar bisnis dapat bersaing secara efektif, mereka harus memahami dinamika jasa. Pertumbuhan industri jasa di Indonesia terdapat tren yang baik.

Selain meningkatnya kebutuhan akan layanan yang lebih terspesialisasi dan berkualitas tinggi, konsumen juga mempertimbangkan harga, promosi, dan kualitas penyedia pelayanan saat mencari pelayanan yang efektif. Dengan semakin ketatnya persaingan di sektor jasa, para pelaku usaha harus menawarkan nilai yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Mengingat hal ini, ketersediaan layanan

laundry sepatu seperti Todayshoescleaning sangat penting untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin sadar akan pentingnya merawat alas kaki. Pada saat ini, sudah timbulnya kesadaran bagi konsumen akan kebersihan dan kenyamanan dapat mendorong permintaan layanan *laundry* yang berkualitas.

Laundry sangat berguna bagi mereka untuk dapat menghemat waktu dan tenaga dengan cara memakai jasa *laundry* dari pada mencuci pakaian mereka sendiri. konsumen bisa melakukan kegiatan yang lainnya dengan waktu yang telah dihemat. Pada saat ini *laundry* bukan hanya sebatas dapat mencuci baju saja akan tetapi, sekarang *laundry* telah berkembang dengan dapat mencuci sepatu, tas, helm, topi dan masih banyak lagi. Oleh karena itu, semakin bertambahnya bisnis *laundry* baru persaingan pada bisnis ini pun semakin ketat. Para pengusaha *laundry* dituntut untuk dapat bersaing di era digital agar terus bertahan pada bisnis ini dengan cara melakukan promosi di sosial media, memberikan harga yang terjangkau, memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar dapat membuat konsumen tersebut loyal kesuatu merek.

Menurut (Natalia & Dewa, 2023) Mengungkapkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, salah satunya adalah harga. Harga merupakan salah satu aspek penting yang sering dipertimbangkan konsumen saat memilih layanan. Menurut (Nurliyanti et al., 2022) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang membentuk suatu harga yaitu biaya produksi, permintaan pasar, persaingan, dan kebijakan pemerintah. Sedangkan menurut (Halim & Iskandar, 2019) harga suatu jasa adalah jumlah uang atau nilai yang harus ditukarkan untuk mendapatkan manfaatnya. Harga yang wajar dan promosi dapat

meningkatkan opini konsumen yang baik, yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Menurut (Nosita, 2020) faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah promosi. Memberikan informasi kepada konsumen tentang barang atau jasa yang ditawarkan adalah salah satu tujuan utama promosi. (Marlius & Jovanka, 2023) mengatakan faktor pembentuk promosi adalah periklanan, *interactive marketing*, *word of mouth* dan *personal selling*. Hal tersebut yang dapat mendorong promosi suatu merek. Sementara pendapat (Zaidan & Hamdi, 2023) promosi merupakan serangkaian tindakan untuk meningkatkan minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa tertentu. Promosi berfungsi untuk meningkatkan ikatan antara konsumen dan menumbuhkan loyalitas yang bertahan lama selain meningkatkan penjualan langsung. Promosi dan kualitas pelayanan dapat memberikan dampak yang lebih baik terhadap loyalitas konsumen.

Menurut (Chaniago, 2021) kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen. Konsumen yang senang dengan pelayanan yang mereka terima lebih cenderung menggunakan merek atau bisnis tersebut lagi dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain, yang memperkuat loyalitas mereka. Menurut (Angela et al., 2024) kualitas pelayanan merupakan reaksi atau pendapat konsumen tentang seberapa puasny pelayanan yang diterima. Kualitas pelayanan juga memiliki faktor pembentuk yaitu keandalan, tanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik. Setiap faktor memiliki peran yang penting untuk menunjang kualitas pelayanan.

Menurut (Anggraini & Budiarti, 2020) loyalitas konsumen merupakan suatu sikap baik dari konsumen pada suatu *brand* atau merek tertentu yang timbul ketika konsumen tersebut merasa puas akan suatu produk atau jasa dan melakukan transaksi secara berulang. Maka dari itu loyalitas konsumen sangat dipengaruhi oleh harga yang masih wajar, promosi yang dapat menarik konsumen, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *brand* atau merek tersebut sangat memuaskan konsumen. (Tehuayo, 2021) Pembentuk suatu loyalitas konsumen adalah pembelian secara berulang, resistensi terhadap efek yang merugikan pada bisnis (*retention*), dan *word of mouth*. Oleh karena itu, konsumen akan tetap bertahan dengan suatu merek.

Todayshoescleaning yang berlokasi di Jl. Prof. Dr. Soemantri Bojonegoro Kebun Jeruk, kota Jambi, Jambi. Membuka usaha untuk membantu orang lain menyelesaikan pekerjaan salah satunya adalah *laundry* sepatu. Todayshoescleaning memberikan layanan pencucian untuk sepatu yang masih dianggap layak untuk dicuci dengan spesifikasi barang yang dicuci telah disortir. Jam buka Todayshoescleaning dari jam 11.00 siang- 22.00 malam. Todayshoescleaning yang telah berdiri dari tahun 2015 menawarkan jasa pencucian sepatu dan restorasi Sepatu, tas, helm, topi, dan *warepack* akan tetapi, konsumen lebih dominan untuk mencuci sepatu mereka. Paling banyak merek sepatu yang dicuci pada Todayshoescleaning yaitu Nike, New Balance dan Converse. Yang membutuhkan jasa cuci sepatu dominan adalah dari kalangan mahasiswa biasanya datang ke Todayshoescleaning dari jam 13.00-16.00, pelajar akan datang dari jam 17.00-20.00 dan pekerja akan datang pada jam 21.00-22.00 (menengah ke atas)

yang tidak memiliki banyak waktu dan tenaga untuk mencuci sepatu mereka sendiri. System pencucian masih manual dengan menggunakan alat pembersih sepatu, tas, helm, topi dan *warepack*. Dengan waktu estimasi pengerjaan minimal 3 hari jika ada tambahan waktu pengerjaan owner akan menginfokan kepada konsumen melalui *whatsapp*. Promosi yang dipakai Todayshoescleaning yaitu Tiktok dan Instagram sedangkan *whatsapp* digunakan untuk alat informasi owner kekonsumen. ini merupakan bentuk layanan untuk kepercayaan konsumen.

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Todayshoescleaning, Bejashoescare, dan Bellshoes 2024

PERBANDINGAN HARGA			
Nama treatment	Todayshoescleaning	Bejashoecare	Bellshoes
Deep Clean	Rp 35.000 - 50.000	Rp 30.000 – 35.000	Rp 25.000
Express Deep Clean	+Rp 15.000/ treatment	+Rp 20.000 treatment	Rp 40.000
Unyellowing	Rp 40.000 – 50.000	Rp 40.000	Rp 60.000 – 80.000
Repaint/Recolour	Rp 70.000 – 90.000	Rp 75.000 – 200.000	Rp 80.000 – 150.000
Leather Care & Bag Clean	Rp 40.000 – 50.000	Rp 35.000 – 80.000	Rp 25.000 – 80.000

Sumber : *Todayshoescleaning, Bejashoescare, dan Bellshoes*

Dari data pada tabel di atas, terlihat bahwa sejumlah penyedia jasa, termasuk Bellshoes, Bejashoescare, dan Todayshoescleaning, bersaing satu sama lain untuk memberikan pelayanan terbaik untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Harga, promosi, dan kualitas pelayanan, bagaimanapun juga, merupakan variabel penting dalam persaingan ini yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Ketiga penyedia layanan tersebut memiliki perbedaan harga yang kompetitif. Sebagai

contoh, Layanan *Deep Clean* dari Todayshoescleaning berharga antara Rp35.000-Rp50.000, sementara Bejashoescare mengenakan biaya antara Rp30.000-Rp35.000, dan Bellshoes hanya mengenakan biaya Rp25.000. Repaint/Recolor memiliki kisaran harga yang lebih luas, mulai dari Rp70.000-Rp90.000 di Todayshoescleaning, dibandingkan dengan Bejashoescare (Rp75.000 - Rp200.000) dan Bellshoes (Rp80.000 - Rp150.000). Dari perbandingan ini, dapat diketahui bahwa Todayshoescleaning tidak selalu menjadi penyedia jasa termurah, namun tetap berada dalam rentang harga yang kompetitif dibandingkan pesaingnya, apa hal ini bisa membuat konsumen akan tetap loyalitas kepada Todayshoescleaning Kota Jambi.

Berdasarkan obsevasi lapangan secara langsung, ada beberapa permasalahan. Pertama harga yang ditawarkan Todayshoescleaning bisa dibilang tidak selalu menjadi penyedia jasa termurah, namun apakah dengan harga tersebut dapat berdampak positif atau bahkan negatif terhadap loyalitas konsumen. Kedua dari segi promosi, pada media *social Tiktok* dan *Instagram* terakhir *upload* pada tanggal 20 Oktober 2024 hal tersebut menunjukkan masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh Todayshoescleaning ini sehingga akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Kemudian yang ketiga dari segi kualitas pelayanan, terdapat ketidakpuasan konsumen terhadap jam buka toko tidak menentu yang seharusnya buka jam 11:00 siang akan tetapi seringkali buka diatas jam tersebut dan masih ditemukannya noda yang membandel sulit dihilangkan akan dapat menyebabkan menurunnya kepercayaan dari konsumen terhadap kualitas jasa pencucian sepatu yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Dengan melakukan analisis yang lebih mendalam dan menerapkan rekomendasi dari penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan kinerja penjualan dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Studi ini mengungkapkan bahwa pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai peran penting terhadap loyalitas konsumen. Oleh karena itu Todayshoescleaning fokus kepada peningkatan penjualan melalui harga yang terjangkau, promosi yang menarik bagi konsumen dan kualitas layanan yang membuat konsumen menjadi ingin kembali lagi atau menimbulkan loyalitas terhadap konsumen.

Dari analisis dan uraian diatas maka penulis mencoba melakukan penelitian ini dalam bentuk penelitian mengangkat judul skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TODAYSHOESCLEANING KOTA JAMBI”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi?

1.3 BATASAN MASALAH

Penelitian ini akan dibatasi pada konsumen yang menggunakan layanan Todayshoecleaning di Kota Jambi. Hanya konsumen yang telah melakukan transaksi minimal satu kali yang akan diambil sebagai responden. Fokus penelitian ini akan terbatas pada tiga variabel independen, yaitu:

1. Harga: Merujuk pada persepsi konsumen terhadap harga pelayanan yang ditawarkan.
2. Promosi: Mengacu pada metode promosi yang digunakan oleh Todayshoecleaning, seperti diskon, iklan, dan program loyalitas.
3. Kualitas Pelayanan: Berfokus pada kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diterima, termasuk kecepatan layanan, keramahan staf, dan hasil akhir pembersihan.

Menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian ini tidak mencantumkan data populasi sebanyak 2.962 konsumen secara langsung dalam analisis. Fokus utama penelitian ini adalah pada sampel yang dipilih, sehingga hasilnya tidak mewakili seluruh populasi, tetapi hanya menggambarkan kondisi berdasarkan data sampel yang digunakan.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah :

1. Untuk menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis apakah promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi.

3. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di Todayshoescleaning Kota Jambi.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Dari tujuan yang telah dipaparkan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan manfaat yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis: Diharapkan penelitian ini dapat menjadi kajian dan pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Todayshoescleaning Kota Jambi.
2. Manfaat Praktis: memberikan informasi kepada Todayshoescleaning agar mengetahui pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dapat menimbulkan Loyalitas Konsumen pada Todayshoescleaning Kota Jambi.
3. Manfaat untuk Peneliti:
 - a. Menambahkan pengetahuan dan keahlian dari dunia bisnis.
 - b. Menjadi terbiasa dengan membuat rencana untuk penjualan dibidang jasa
 - c. Untuk mempraktekkan berbagai teori yang telah dipelajari di bangku kuliah.
 - d. Sebagai panduan untuk menyelesaikan masalah dalam urusan bisnis di masa depan.
4. Manfaat untuk Produsen
 - a. Mengetahui keinginan dan permintaan konsumen mereka adalah factor kunci bagi produsen.

- b. Menawarkan keuntungan yang akan mendorong produsen untuk menggunakan strategi harga dan kualitas secara lebih bijaksana di masa depan.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada penelitian ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan penelitian ini. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi beberapa teori dan konsep umum yang dideskripsikan yang mendukung penelitian yang dikutip dari jurnal atau buku dan pendapat para pakar yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis angkat, seperti : Pengaruh, harga, promosi, kualitas pelayanan, SPSS, dan *laundry* sepatu.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode atau pendekatan yang akan digunakan dalam menguraikan permasalahan penelitian untuk mencapai tujuan penelitian meliputi model-model yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan serta pendekatan yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Pada bab ini berisi pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui penyebaran kuesioner secara online lalu datanya diolah menggunakan SPSS.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menguraikan tentang hasil dari pengaruh yang dilakukan oleh peneliti pada objek serta rekomendasi untuk Todayshoescleaning sebagai bahan pertimbangan dan masukan.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini, akan dijelaskan kesimpulan yang didapat dari tahap-tahap analisis yang telah dibuat berserta saran atau masukan bagi Todayshoescleaning untuk mendukung perkembangan brand image dan social media marketing pada masa mendatang.