

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Peta persaingan bisnis membuat perusahaan perlu memiliki keunggulan kompetitif supaya dapat bertahan. Keunggulan kompetitif tersebut akan menjadi aspek yang baik dalam pemasaran untuk menjaga relasi perusahaan dengan konsumen dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu perusahaan tidak hanya berfokus pada penjualan penjualan saja, namun perusahaan dituntut juga meningkatkan kualitas pelayanan yang ditujukan kepada konsumen puas terhadap perusahaan. Kepuasan atas layanan tersebut akan membentuk citra perusahaan dan menghasilkan loyalitas konsumen kepada perusahaan. Begitu pula proses bisnis yang terjadi pada perusahaan di bidang branag dan jasa yang berusaha dalam meningkatkan kualitas layanan supaya menghasilkan loyalitas konsumen.

Semakin ketatnya persaingan dalam industri sudah barang tentu mendorong perusahaan untuk cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat di sekitarnya, khususnya terkait dengan perkembangan loyalitas konsumen. Untuk memberikan kepuasan pada pelanggan, perusahaan harus dapat memenuhi harapan pelanggan agar pelanggan loyal, baik dari segi harga, kualitas produk maupun kualitas pelayanan.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi udara dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Salah satu keuntungan strategik bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan adalah imbalan dari loyalitas yang bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen.

Loyalitas pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan dapat diraih dengan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan konsumen atau bahkan melebihi dari harapan konsumen. Oleh sebab itu, loyalitas pelanggan harus disertai dengan kepuasan konsumen.

Terdapat beberapa keuntungan bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Keuntungan dari loyalitas pelanggan bersifat jangka panjang dan kumulatif, artinya semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang pelanggan. Seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan, dipertahankannya

pelanggan yang loyal juga dapat memberikan umpan balik positif bagi perusahaan, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas.

Harga yang relatif lebih murah atau terjangkau, sangat dipertimbangkan oleh konsumen. Apabila konsumen mendapatkan produk yang sama namun dengan harga lebih murah, tentunya kepuasan konsumen akan lebih mudah dicapai. Selain itu, kualitas pelayanan juga sangat dipertimbangkan oleh konsumen untuk mencapai kepuasan dalam berbelanja. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa, harga dan kualitas pelayanan sangat menentukan kepuasan pelanggan.

Harga merupakan pencerminan dari nilai. Bagi pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan diarahkan pada produk tersebut.

Layanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan jasa, dimana perusahaan yang mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah atau pelanggannya akan memiliki peluang besar untuk bisa terus dikunjungi oleh pelanggannya. Kualitas pelayanan juga sangat dipertimbangkan oleh konsumen untuk mencapai kepuasan dalam berbelanja. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa, harga dan kualitas pelayanan sangat menentukan kepuasan pelanggan.

Alasan inilah peneliti ingin mengetahui dan memberi saran atau masukan terhadap permasalahan diatas, maka judul skripsi **”Pengaruh Loyalitas, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Outbond Agent Di Kota Surabaya”**.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diambil penulis sebagai berikut :

1. Apakah loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa outbond agent di Kota Surabaya ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa outbond agent di Kota Surabaya?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa outbond agent di Kota Surabaya?
4. Apakah loyalitas, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa outbond agent di Kota Surabaya ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui loyalitas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa outbond agent di Kota Surabaya

2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa outbond agent di Kota Surabaya
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa outbond agent di Kota Surabaya
4. Untuk mengetahui loyalitas, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa outbond agent di Kota Surabaya

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa manfaat yang diperoleh, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan kepada pihak yang melakukan penelitian.

2. Bagi STIE Mahardhika Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis dan digunakan sebagai bahan perbandingan.

### 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pimpinan perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna jasa outbond agent di Kota Surabaya.