

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi 4.0 tidak terlepas dari persaingan saat ini yang menuntut kreativitas dan inovasi perusahaan untuk tetap bertahan. Ponsel cerdas (*smartphone*) merupakan salah satu alat komunikasi yang sering dipakai saat ini, mulai dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua. Penggunaan media komunikasi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi individu, kelompok, maupun organisasi. Menurut data yang telah dipublikasikan oleh IDC (*International Data Corporation*) pada kuartal kedua tahun 2021, menyebutkan bahwa pasar *smartphone* global tumbuh 13,2 % dari tahun ke tahun. Sementara menurut laporan lembaga riset IDC pada periode bulan April sampai Juni tersebut vendor *smartphone* mengirimkan sekitar 313,2 juta unit. Hal ini artinya, masih terdapat minat konsumen untuk terus membeli produk *smartphone* untuk didistribusikan ke beberapa gerai-gerai *handphone* di seluruh dunia.

Dalam pertumbuhan penggunaan ponsel sangatlah pesat, sehingga menciptakan persaingan tinggi pada bidang usaha salah satunya adalah gerai telepon seluler. Banyaknya gerai-gerai telepon seluler yang menyediakan berbagai perlengkapan telepon mulai dari isi ulang pulsa, kartu perdana dan agen pulsa untuk semua operator dengan harga yang bersaing serta perlengkapan telepon seluler lainnya seperti servis telepon, aplikasi telepon, aksesoris, menyediakan gadget baru dan kelengkapan telepon seluler lainnya. Maka mengakibatkan konsumen banyak mempunyai pilihan untuk memilih gerai telepon seluler yang memberikan nilai

pelanggan serta kepercayaan yang terbaik agar menarik mereka untuk membeli di gerai seluler tersebut.

Salah satu gerai telepon seluler yang memiliki banyak pesaing adalah Rajawali Cellular yang lokasinya di Jl. Lkr. Utara N0.41, Kepyar, Dersalam Kecamatan Bae Kabupaten Kudus, dimana di daerah tersebut telah berdiri 6 gerai telepon seluler yang menjadi pesaing dari gerai Rajawali Cellular Kudus. Adanya pesaing tersebut dapat menimbulkan dampak negatif pada penjualan gerai Rajawali Cellular. Maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar mampu mempertahankan pelanggan di bisnis ini. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah dengan mempertahankan Loyalitas Pelanggan. Dalam Loyalitas Pelanggan perusahaan harus benar-benar memahami strategi apa yang tepat untuk membentuk Loyalitas Pelanggan. Menurut Hasan (2013:120) seringkali lebih menguntungkan untuk meningkatkan loyalitas dalam jangka Panjang. Loyalitas pelanggan berasal dari kepuasan pelanggan. Pelanggan yang membeli produk secara rutin atau berulang-ulang dapat dikatakan sebagai pelanggan setia atau loyalitas pelanggan.

Gerai Rajawali Cellular Kudus telah memiliki sebelas cabang yang tersebar di beberapa daerah di Kudus. Sebelas cabang tersebut yaitu di daerah Dersalam, Pedawang, Gribig, Mejobo, dan Loram. Hal ini membuktikan bahwa cakupan daerah yang sempit tidak menjadi penghalang bagi Gerai Rajawali Cellular untuk terus mengembangkan perusahaannya. Oleh karena itu, Gerai Rajawali Cellular tersebut telah memiliki citra tersendiri di mata pelanggannya dilihat dari banyaknya pengunjung yang datang untuk membeli produk *smartphone* maupun untuk melakukan pelayanan seperti servis *handphone*.

Berikut data pengunjung Rajawali Cellular Kudus pada bulan Januari – Juli 2021 dapat dilihat dari tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1.

Data Pengunjung Periode Januari-Juli Tahun 2021

	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Minggu 1	396	374	356	346	274	361	289
Minggu 2	350	300	317	357	326	332	377
Minggu 3	275	323	245	340	370	240	398
Minggu 4	250	330	123	216	225	263	271
Total	1.271	1.327	1.041	1.259	1.195	1.196	1.320

Sumber : Rajawali Cellular Kudus, 2021.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung pada Gerai Rajawali Cellular Kudus mengalami fluktuasi setiap bulannya. Menurut data tersebut dapat dilihat yang mengalami kenaikan jumlah pengunjung ada sebanyak 4 bulan yaitu pada bulan Januari, Februari, April, dan Juli. Sedangkan yang mengalami penurunan jumlah pengunjung ada sebanyak 3 bulan yaitu pada bulan Maret, Mei dan Juni. Fluktuasi jumlah pengunjung di setiap bulannya dapat mengindikasikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan oleh Gerai Rajawali Cellular Kudus kepada konsumen masih belum dapat memenuhi harapan dari sebagian besar pelanggannya. Hal ini dapat terjadi karena adanya beberapa faktor seperti pelanggan merasakan suasana yang kurang nyaman, pelanggan merasa pelayanan yang masih kurang memuaskan, dan terdapat atribut gerai yang kurang

cocok atau kurang menarik bagi konsumen membuat pelanggan merasa kurang puas (Yulianto et al., 2017).

Dari beberapa faktor diatas membuat Persepsi Nilai Pelanggan menjadi nilai yang menuju kearah *negative* serta hal itu menjadikan Kepercayaan Pelanggan dari para *customer* menjadi kurang percaya terhadap gerai cellular dan bisa menjadikan orang tersebut memberi info yang negatif tentang gerai Rajawali Cellular Kudus. Berikut ini adalah data keluhan dari para pelanggan Rajawali Cellular Kudus.

Tabel 1.2.
Data Keluhan Pelanggan Rajawali Cellular Kudus Pada Tahun 2021

No.	Keluhan dari Pelanggan	persentase
1.	Terdapat pelanggan yang mengeluh mendengar suara bising karena gerai dekat dengan jalan raya	20 %
2.	Jasa perbaikan telepon seluler yang lama	19 %
3.	Jasa perbaikan telepon seluler yang kurang sesuai dengan harapan pelanggan	17 %
4.	Adanya produk yang kurang sesuai dengan harapan pelanggan	15 %
5.	Tempat gerai yang kurang nyaman, seperti meja yang kotor	11 %
6.	Penjelasan mengenai produk yang dijual masih kurang detail	10 %
7.	Pelayanan yang kurang ramah terhadap para pelanggan	8 %
Total		100 %

Sumber : Rajawali Cellular Kudus, 2021.

Berdasarkan data keluhan pelanggan diatas, adanya beberapa keluhan dari pelanggan menjadikan bukti adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh para pelanggan terhadap Rajawali Cellular Kudus. Hal ini bisa menjadikan para pelanggan tidak memiliki kepuasan untuk datang kembali dan menganggap hal tersebut negatif bagi harapan pelanggan yang ingin membeli produk atau menggunakan jasa tersebut atau Sikap Konsumen pada gerai Rajawali Cellular Kudus.

Fenomena lapangan atau permasalahan yang terjadi diatas dalam sebuah perusahaan atau organisasi merupakan suatu proses bagi Gerai Rajawali Cellular Kudus untuk menambah semangat demi mewujudkan tujuan perusahaan agar menjadi lebih baik lagi kedepannya.

Kepuasan Pelanggan memegang peranan sangat penting, peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada loyalitas dan pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek (Firmansyah, 2018:127). Kepuasan pelanggan mempromosikan loyalitas pelanggan, yang artinya kepuasan pelanggan adalah penentu gerai seluler untuk meningkatkan nilai pelanggan, menanamkan loyalitas pelanggan dan membantu gerai seluler menjadi lebih kompetitif.

Apabila konsumen puas maka diharapkan konsumen akan menjadi loyal dan menceritakan hal-hal yang positif kepada orang lain. Apabila konsumen telah mempercayai gerai telepon seluler yang menyediakan berbagai macam barang dan jasa, maka konsumen dapat meningkatkan penjualan gerai dengan melakukan pembelian secara terus-menerus (Stevani dan Syafrizal, 2019).

Persepsi Nilai Pelanggan merupakan salah satu komponen penting dari proses pemasaran. Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen menjadikan nilai konsumen salah satu yang paling penting. Dari segi nilai pelanggan, diharapkan akan ada permintaan produk atau jasa yang dapat memenuhi tujuan pelanggan. Banyak gerai-gerai seluler berlomba-lomba untuk memberikan nilai tambah pada produk atau jasa mereka, yang dianggap penting dan terutama bermasalah dalam produksi produk ketika konsumen membeli produk yang memberikan nilai lebih (Stevani dan Syafrizal, 2019). Dengan membeli produk atau jasa, konsumen diuntungkan. Hal ini mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan dari gerai seluler.

Saat ini gerai seluler lebih memperhatikan nilai-nilai yang didapatkan oleh pelanggan. Sehingga akan lebih berkesan di hati pelanggan, dengan tujuan utamanya adalah untuk membuat pelanggan merasa puas. Maka pelanggan akan loyal kepada toko seluler dan terus percaya untuk selalu menggunakan atau membeli produk/jasa dari toko seluler tersebut.

Kepercayaan Pelanggan juga merupakan faktor yang penting dalam menjalin hubungan dengan pelanggan untuk berpartisipasi dalam transaksi di masa depan yang mencerminkan kepercayaan terhadap keandalan produk atau layanan (Dianatul, 2020). Hubungan yang baik dengan pelanggan dapat membangun kepercayaan pada pelanggan. Kepercayaan semacam ini adalah bagian yang sangat penting, karena tanpa Kepercayaan Pelanggan sulit untuk gerai seluler dapat berkembang. Selain itu juga, kepercayaan dapat dicapai dengan memberikan kualitas produk maupun jasa yang baik dan kualitas pelayanan yang prima,

sehingga membentuk kepercayaan dan mempengaruhi pelanggan untuk menjadi loyal. Kepercayaan merupakan faktor yang memungkinkan paling banyak mendapatkan perhatian dalam sumber (*literatur*) tentang hubungan pelanggan dengan hubungan antar pribadi.

Selain nilai pelanggan, dan kepercayaan terdapat faktor lain yang dapat berpengaruh suatu kepuasan yaitu Sikap Konsumen. Konsumen akan merasakan atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh gerai tersebut. Oleh karena itu, produsen hendaknya memberi kepercayaan dan kualitas produk atau jasa yang terbaik bagi para pelanggan agar jumlah para pelanggan bisa dipertahankan dan dapat dikembangkan. Terciptanya suatu Kepuasan Pelanggan dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, diantaranya adalah hubungan antara pemilik dengan pelanggannya menjadi harmonis dan akan terciptanya Loyalitas Pelanggan.

Research gap dalam penelitian ini adalah pada penelitian yang dilakukan oleh Stevani dan Syafrizal (2019) yang menyatakan bahwa Persepsi Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan itu, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muttaqien dan Firmandita (2018) yang menyatakan bahwa Persepsi Nilai Pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian oleh Yani Restiani dan Agustina (2020) menyatakan bahwa Persepsi Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan berdasarkan Uzir Hossain et al. (2020) Persepsi Nilai Pelanggan tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Penelitian selanjutnya dari Rafiah (2019) menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanim dan Siti (2019) yang mengatakan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Wicaksono dan Khuzaini (2020) yang menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berbeda dengan hasil penelitian dari Lestariningsih (2021) yang menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Muttaqien dan Firmandita (2018) yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Sikap Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Pertiwi, Rahman, dan Siregar (2019) yaitu Sikap Konsumen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terjadi kontradiksi antara peneliti satu dengan yang lain, dimana variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh beberapa variabel, dan juga variabel Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh beberapa variabel. Sehingga, dalam penelitian ini akan menguji kembali dengan acuan pada penelitian Chou, Kohsuwan, dan Thanabordeekij (2019), dengan variabel eksogen adalah Persepsi Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Sikap Konsumen. Sedangkan variabel endogen adalah Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Hal yang membedakan dengan peneliti terdahulu adalah penelitian ini menambahkan variabel eksogen yaitu Sikap

Konsumen, karena berdasarkan penelitian Muttaqien dan Firmandita (2018) Sikap Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan serta objek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti mengambil judul penelitian **“PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO RAJAWALI CELLULAR KUDUS)”**.

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Variabel eksogen terdiri dari Persepsi Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Sikap Konsumen. Sedangkan variabel endogen adalah Loyalitas serta variabel mediasi adalah Kepuasan Pelanggan.
2. Penelitian dilakukan dengan mengambil objek pada Gerai Rajawali Cellular Kudus.
3. Responden penelitian adalah pelanggan dari Gerai Rajawali Cellular Kudus.
4. Waktu penelitian adalah 1 bulan setelah proposal disetujui

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, gerai Rajawali Cellular Kudus memiliki beberapa permasalahan yaitu :

1. Berdasarkan tabel 1.1. masalah variabel Persepsi Nilai Pelanggan adalah gerai Rajawali Cellular Kudus memiliki data jumlah pengunjung yang tiap

bulannya mengalami fluktuasi. Dimana jumlah pengunjung yang mengalami penurunan drastis pada bulan Maret yaitu 1.041 orang, setelah itu bulan Mei dengan 1.195 orang, dan bulan Juni dengan 1.196 orang. Sehingga perubahan jumlah pengunjung tersebut mempengaruhi Persepsi Nilai Pelanggan.

2. Berdasarkan tabel 1.2. masalah variabel Kepercayaan Pelanggan adalah kurangnya kepercayaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan pada gerai Rajawali Cellular Kudus ditunjukkan melalui keluhan pelanggan yang terdapat pada kotak kritik dan saran. Dalam keluhan tersebut pelanggan kurang yakin terhadap gerai Rajawali Cellular yang dibuktikan dari beberapa faktor yang dikeluhkan.
3. Berdasarkan tabel 1.2. masalah variabel Sikap Konsumen adalah adanya beberapa keluhan dari pelanggan menjadikan bukti adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh para pelanggan terhadap Rajawali Cellular Kudus. Hal ini bisa menjadikan para pelanggan tidak memiliki kepuasan untuk datang kembali dan menganggap hal tersebut negatif bagi harapan pelanggan yang ingin membeli produk atau menggunakan jasa tersebut pada gerai Rajawali Cellular Kudus.

Berdasarkan penjelasan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus?

2. Bagaimana pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus?
3. Bagaimana pengaruh Sikap Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus?
4. Bagaimana pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus?
5. Bagaimana pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus?
6. Bagaimana pengaruh Sikap Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus?
7. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus.
3. Untuk menganalisis pengaruh Sikap Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus.

4. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus.
5. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus.
6. Untuk menganalisis pengaruh Sikap Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus.
7. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rajawali Cellular Kudus.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis juga praktis. Adapun manfaat berdasarkan penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk civitas akademika yang akan menambah wawasan pengetahuan tentang penelitian yang berkaitan dengan Persepsi Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Sikap Konsumen, dan Kepuasan Pelanggan serta Loyalitas Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait peningkatan Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan melalui Persepsi Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Sikap Konsumen pada gerai Rajawali Cellular Kudus.