

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di era digitalisasi, tentu menjadi ancaman bagi para pelaku dunia usaha. Salah satu ancaman para pelaku dunia usaha adalah kompetitor yang semakin banyak. Para pelaku dunia bisnis tentu memiliki sebuah strategi untuk menjaga loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang baik serta kepuasan terhadap pelanggan dapat menjaga loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Loyalitas pelanggan dibangun melalui kemampuan perusahaan dalam hubungan membentuk hubungan baik pada pelanggan sehingga perusahaan mampu memahami keinginan, kebutuhan serta harapan konsumen (Patmawati & Andjarwati, 2023). Dengan begitu, loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis. Pelanggan yang loyal disebabkan dengan berbagai hal, diantaranya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Lusiah *et al.*, 2019), mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan begitu, loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Namun, kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian tentang Kualitas Pelanggan, Kepuasan Kerja dan Loyalitas Pelanggan dilakukan oleh (Hati & Juliati, 2019), yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan serta pelanggan yang merasa puas akan loyal terhadap perusahaan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan serta kepuasan berpengaruh

terhadap loyalitas pelanggan. Pendapat tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mangiri & Sasabone, 2023), yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang baik serta kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan kepuasan dapat memberikan dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian yang menerangkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan alasan tersebut, maka loyalitas pelanggan masih relevan dan penting untuk diteliti saat ini.

Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Lorensia & Ningrum, 2023), menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zahara, 2020), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Tentu, hal tersebut menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan Teori *Relationship Marketing*, dimana teori ini menjelaskan bahwa seluruh aktivitas marketing yang terarah, membangun hubungan dengan pelanggan menggunakan strategi pemasaran untuk tujuan jangka panjang (Kuncoro *et al.*, 2021).

Variabel Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi merupakan hasil replikasi dan modifikasi penelitian yang telah dilakukan oleh (Hati & Juliati, 2019), (Mangiri & Sasabone, 2023), (Lorensia & Ningrum, 2023) dan (Zahara, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan upaya mengimbangi harapan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan penyampaian yang tepat. Kualitas pelayanan yang baik dapat mengimbangi harapan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta

memberikan penyampaian yang tepat (Indrasari dalam (Patmawati & Andjarwati, 2023)). Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan suatu upaya perusahaan untuk menyajikan suatu produk maupun jasa yang diharapkan oleh pelanggan berdasarkan standar perusahaan bahkan lebih. Kualitas pelayanan sangat diperhatikan, karena pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sangat berkualitas dan bahkan melebihi ekspektasi pelanggan.

Setiap pelanggan akan loyal terhadap perusahaan jika kualitas pelayanan yang diterima sangat baik dan merasa puas. Dengan begitu, kualitas pelayanan bukan menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor pendukung kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menyebabkan pelanggan merasa puas serta loyalitas pelanggan akan terbentuk. Kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian emosional dari perasaan senang atau kecewa seorang pelanggan yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka (Mekel dalam (Lorensia & Ningrum, 2023)). Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh (Kotler dan Keller dalam (Lusiah *et al.*, 2019)).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang maupun kecewa atas harapan pelanggan terhadap kenyataan yang didapatkan. Salah satunya adalah pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi atau bahkan lebih. Pelanggan yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan, akan membentuk suatu loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan 2 (dua) hal yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh (Santosa *et al.*, 2024), serta diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Putra *et al.*, 2021), yang telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan 2 (dua) hal yang sangat berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan mampu

memediasi kualitas pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut dikarenakan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk atas kualitas pelayanan yang baik dan pelanggan akan merasa puas atas pelayanan yang baik dan melebihi ekspektasi pelanggan. Maka dari itu, loyalitas pelanggan akan terbentuk dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lusiah *et al.*, 2019) dan (Zahara, 2020), yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Tentu dengan adanya hal tersebut menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya.

Variabel Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi merupakan hasil replikasi dan modifikasi penelitian yang telah dilakukan oleh (Hati & Juliati, 2019), (Mangiri & Sasabone, 2023), (Lorensia & Ningrum, 2023) dan (Zahara, 2020). Variabel yang telah dibahas secara singkat selanjutnya akan dibentuk menjadi kerangka konseptual yang merupakan pengembangan dalam penelitian ini dengan menggunakan perspektif Teori Relationship Marketing. Dalam hal ini mengungkapkan bahwa dalam perkembangan hubungan dengan mitra atau konsumen yang menuntut aktifitas membangun hubungan baik antara kedua belah pihak. Apabila kualitas pelayanan tidak sesuai dengan standar perusahaan maka pelanggan akan merasakan kecewa dan pelanggan tidak akan memberikan loyalitasnya.

Model kerangka konseptual ini selanjutnya akan diujikan pada PT. Cahaya Berkah Maritim. PT. Cahaya Berkah Maritim merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa keagenan kapal. Berdiri pada tahun 2023, dimana perusahaan PT. Cahaya Berkah Maritim dikatakan perusahaan baru dalam dunia bisnis. Kompetitor dibidang sejenis merupakan ancaman yang harus dihadapi oleh perusahaan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan membuat pelanggan merasa puas dapat menjadikan para pelanggan loyal terhadap perusahaan.

PT. Cahaya Berkah Maritim berkantor pusat di Jakarta, dan memiliki kantor beberapa anak cabang dan salah satu cabang yang akan menjadi objek penelitian yaitu cabang Surabaya. Dimana PT. Cahaya Berkah Maritim Cabang Surabaya

memiliki data penjualan 2 (dua) tahun terakhir yaitu tahun 2023 dan tahun 2024, sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Penjualan 2 (Dua) Tahun Terakhir PT. Cahaya Berkah Maritim Cabang Surabaya

No.	Bulan	Jumlah Keagenan Kapal	
		2023	2024
1.	Januari	3	4
2.	Februari	7	5
3.	Maret	8	4
4.	April	6	4
5.	Mei	10	6
6.	Juni	9	7
7.	Juli	8	6
8.	Agustus	6	9
9.	September	9	6
10.	Oktober	4	9
11.	November	5	6
12.	Desember	7	8
Total		82	74

Sumber : Data Penjualan PT. Cahaya Berkah Maritim (2023)

Pelanggan merupakan aset yang harus dijaga oleh setiap perusahaan. Hal tersebut dikarenakan pelanggan dapat memengaruhi perkembangan perusahaan. Strategi pemasaran dengan menjaga loyalitas pelanggan merupakan strategi yang harus dilakukan perusahaan PT. Cahaya Berkah Maritim Cabang Surabaya guna meningkatkan penjualan. Pelanggan yang loyal akan menggunakan jasa pada perusahaan tersebut secara berkala.

Hasil pengamatan yang terjadi pada PT. Cahaya Berkah Maritim Cabang Surabaya, data penjualan dari tahun 2023 hingga 2024 mengalami penurunan, dari jumlah 82 pelanggan menurun 8 pelanggan menjadi 74 pelanggan. Pelanggan belum merasakan puas atas pelayanan dari perusahaan. Kualitas pelayanan yang sudah sesuai standar belum memenuhi ekspektasi para pelanggan. Hal tersebut berakibat terjadi penurunan penjualan pada perusahaan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, penelitian ini masih relevan dan penting dilakukan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas**

Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Berkah Maritim Cabang Surabaya “.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Cahaya Berkah Maritim ?;
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Cahaya Berkah Maritim ?;
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Cahaya Berkah Maritim ?;
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. Cahaya Berkah Maritim ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian digunakan untuk mencegah perluasan inti dari masalah, serta membuat penelitian lebih terfokuskan dan mudah dipahami untuk dibahas. Pada penelitian ini terdapat batasan masalah yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di mediasi kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Berkah Maritim.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan, menguji dan menganalisis :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Cahaya Berkah Maritim;
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Cahaya Berkah Maritim;
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Cahaya Berkah Maritim;

4. Kualitas Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. Cahaya Berkah Maritim

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan memberikan manfaat ganda, yaitu manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Berikut manfaat teoritis dan manfaat praktis :

1. Manfaat Teoritis / Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pemahaman tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Berkah Maritim

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi PT. Cahaya Berkah Maritim

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan kualitas layanan yang baik dan memberikan kepuasan pelanggan.

- b. Bagi para akademisi

Bagi para akademisi penelitian ini sebagai pengetahuan dan informasi guna menciptakan kemampuan pemahaman mengenai kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah dan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai isi penelitian ini, pembahasan dibagi secara komprehensif dan sistematis, antara lain :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan adalah bab yang berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan pada penelitian ini.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab Landasan Teori ini, berisi tentang teori-teori terdahulu yang berpendapat tentang variabel yang akan dilakukan penelitian. Selain itu, pada bab ini juga berisikan tentang indikator untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas terhadap terikat, serta kerangka model konseptual dan hipotesisnya

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, berisi membahas uji-uji yang akan digunakan pada bab selanjutnya. Selain itu, pada bab ini juga membahas tentang variabel penelitian yang akan dilakukan penelitian serta populasi dan sampel penelitian

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis data dan pembahasan akan dibahas mengenai gambaran umum objek penelitian, struktur organisasi, analisis data, uji data serta pembahasan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir, berisi tentang kesimpulan atas penelitian yang dilakukan serta saran untuk penelitian selanjutnya dan objek penelitian