

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era ini perkembangan dunia bisnis semakin cepat dan ketat baik untuk skala regional maupun internasional. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan dan memenangkan pasar. Perusahaan harus pandai memberikan kualitas layanan yang terbaik terhadap konsumen. Kunci sukses dari sebuah perusahaan adalah mampu meningkatkan loyalitas pelanggan secara terus menerus. Loyalitas pelanggan menjadi titik ukur banyak perusahaan, dikarenakan sangat besar pengaruhnya bagi kelangsungan usaha.

Kualitas layanan merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga berlaku untuk perusahaan jasa, termasuk perusahaan jasa penjualan retail buku –buku dan alat tulis kantor. Kebutuhan masyarakat saat ini akan adanya toko buku dan alat tulis kantor cukup tinggi, di Lampung lebih tepatnya. Terdapat beberapa toko buku dan alat tulis kantor yang terdapat di Bandar Lampung, salah satunya adalah Toko Buku Fajar Agung yang terdapat di jalan Raden Intan No. 61 Bandar Lampung.

Dikutip dari *ulunlampung.blogspot.com* (20 november 2013) “Toko Buku Fajar Agung mencatat tiap hari rata-rata buku terjual mencapai 900 eksemplar. Bila tahun ajaran baru, penjualan buku makin meningkat dan bisa lebih dari 1.000

eksemplar. Kepala Divisi Buku Fajar Agung, Suharto mengatakan angka penjualan buku tiap tahunnya selalu naik. Penjualan buku tahun ini naik 20% dibandingkan pada 2011. Persentase itu lebih besar dibandingkan kenaikan 2010/2011 yang hanya 18%.” Hal ini menunjukkan cukup tingginya kebutuhan masyarakat akan adanya toko buku dan alat tulis kantor di Lampung.

Perusahaan toko buku Fajar Agung dilihat dari cara kerjanya termasuk kedalam bentuk perusahaan retail, dengan menjual retail buku, peralatan kantor, alat pendidikan dan media lainnya. Meskipun tingginya kebutuhan masyarakat Lampung akan adanya toko buku dan alat tulis kantor, namun di Lampung tidak hanya ada satu Toko buku dan alat tulis kantor.

Toko buku Fajar Agung memiliki beberapa pesaing di Bandar Lampung, antara lain toko buku Kharisma dan toko buku Gramedia. Keduanya memiliki kesamaan dengan toko buku Fajar Agung yakni jenis usaha retail yang menjual buku-buku dan alat tulis kantor. Kedua toko buku tersebut telah memiliki citra yang baik di Indonesia tepatnya. Kedua perusahaan tersebut memiliki setiap anak cabangnya di hampir setiap provinsi di Indonesia. Toko buku Fajar Agung dengan melihat fakta ini tentu perlu melakukan hal-hal yang mendorong perusahaannya untuk memenangkan persaingan.

Perusahaan toko buku Fajar Agung sesuai visi yang mereka miliki lebih menekankan pada kepuasan konsumen. Menurut Oliver dalam Kurniawan (2011) Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan

telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Kepuasan konsumen kini semakin menjadi perhatian, mengingat persaingan semakin ketat dalam industri jasa dalam hal pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang ditempatkan pada tujuan utama. Apabila pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dapat membuat pelanggan berpindah ke perusahaan lainnya. Hal ini tentu saja berakibat menurunnya laba atau bahkan kerugian pada perusahaan tersebut. Kunci utama dalam hal memenangkan persaingan pasar adalah memberi suatu nilai kepuasan yang disampaikan melalui pelayanan jasa berkualitas yang memuaskan dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Semakin tinggi dan semakin banyak konsumen yang puas akan layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, hal ini tentu akan membuat konsumen menjadi loyal pada perusahaan tersebut. Menurut Olson dalam Musanto (2004) loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk / jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang.

Loyalitas konsumen kini menjadi pemikiran keras bagi banyak perusahaan, sebab loyalitas konsumen merupakan pemegang peran terbesar bagi kelangsungan perusahaan. Beberapa faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen antara lain adalah citra perusahaan, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan,

kepercayaan dan komitmen konsumen pada suatu perusahaan. Citra perusahaan dan kualitas layanan yang baik dan memuaskan maka akan timbul kepercayaan dan komitmen pada diri konsumen / nasabah untuk loyal pada perusahaan.

“Ketika manajemen menetapkan kesetiaan pelanggan sebagai faktor tertinggi untuk sebuah perusahaan, maka perhatian utama adalah bagaimana menemukan faktor penentu atau faktor utama pengaruh kesetiaan pelanggan (*determining factors or main drivers of customer loyalty*), “ hal ini di ungkapkan oleh Hasan (2013).

“Loyalitas pelanggan terhadap merek merupakan salah satu dari aset merek, yang menunjukkan mahalnya nilai sebuah loyalitas, karena untuk membangunnya banyak tantangan yang harus dihadapi serta membutuhkan waktu yang sangat lama”, hal ini di ungkapkan oleh Hasan (2013) .

Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen antara lain adalah citra. Citra adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang sesuatu (menurut Alma dalam Wungow 2013). Penelitian Lau dan Lee dalam Ishak & Luthfi (2011) menganggap reputasi perusahaan sebagai salah satu faktor terpenting dari karakteristik perusahaan yang dapat membentuk kepercayaan pelanggan terhadap produk. Sesuai dengan pengertian citra ini, citra yang di miliki toko buku Fajar Agung cukup baik di Lampung.

Mengingat toko buku Fajar Agung merupakan salah satu toko buku terbesar di Lampung. Tidak hanya itu toko buku Fajar Agung juga menerima karya-karya

tulisan penulis lokal. Buku-buku karya penulis lokal juga di letakkan pada tempat khusus yang menandakan bahwa itu adalah karya penulis lokal. Hal ini tentu salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk membentuk citra perusahaan, bagi masyarakat Lampung khususnya. Menurut Hasan (2013) kajian empiris juga menemukan hubungan positif antara citra perusahaan dan kepuasan pelanggan, yang kemudian memimpin ke arah kesetiaan, citra (merek atau perusahaan) memainkan peran penting dalam kesetiaan pelanggan.

Selain citra perusahaan, kualitas layanan juga mendukung loyalitas konsumen. Memberikan kualitas layanan dengan konsisten maka akan timbul timbal balik yang tercipta dalam suatu hubungan yang merupakan komponen penting sebagai jaminan atas suatu upaya yang maksimum dalam memelihara hubungan tersebut, hal ini disebut komitmen menurut Morgan dan Hunt (1994). Kualitas layanan yang di terapkan pada toko buku Fajar Agung antara lain ialah cepat dan tepat dalam menanggapi keluhan konsumen, memberi informasi yang akurat mengenai produk, memberikan keamanan pada konsumen. Selain itu untuk memberikan layanan kenyamanan pada konsumen toko buku Fajar Agung.

Dikutip dari *ulunlampung.blogspot.com* (20 november 2013) Sebagai salah satu bentuk cukup tercapainya kualitas layanan yang diberikan perusahaan, hingga akhir tahun 2012 Toko Buku Fajar Agung memiliki 10.000 kartu anggota. Hal ini mencerminkan jumlah konsumen tetap yang ada di toko buku Fajar Agung.

Kepercayaan juga memiliki peranan yang sangat besar dalam menciptakan hubungan sejati dengan konsumen. Hubungan kerjasama yang bersifat jangka panjang, perusahaan dapat bekerja lebih efektif dengan menghemat biaya

transaksi dan dapat meningkatkan daya saing. Hubungan kerjasama yang demikian biasanya ditandai dengan adanya kepercayaan yang tinggi, hal ini diungkapkan oleh Morgan dan Hunt (1994). Untuk menjaga kepercayaan dan komitmen konsumen toko buku Fajar Agung memberikan garansi produk yang tidak sesuai, seperti jika konsumen mendapatkan produk yang cacat, konsumen dapat mengembalikannya. Selain itu toko buku Fajar Agung memberikan jaminan kualitas dan jaminan harga.

Toko buku Fajar Agung merupakan bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepercayaan konsumen. Hal ini tentu menyangkut kredibilitas perusahaan dimata konsumen. Untuk memenangkan persaingan tentunya toko buku Fajar Agung harus mendapatkan kepercayaan dari konsumen dalam hal pelayanan. Sebab dengan adanya kepercayaan akan meningkatkan loyalitas konsumen. Hal ini akan membentuk hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen. Morgan dan Hunt(1994) menyatakan bahwa, *relationship commitment* dan *relationship trust* adalah kunci bagi kesuksesan pemasaran relasional.

Menurut Kotler dan Keller (2009), loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Selain itu menurut Hasan (2013) menyatakan bahwa, ”Komitmen merek didefinisikan sebagai kesertaan emosional pada sebuah merek dalam sebuah kategori produk. Komitmen merek lebih fokus pada komponen emosional.”

Beberapa faktor pendukung loyalitas konsumen telah dijalankan dengan baik oleh toko buku Fajar Agung, baik citra perusahaan, kualitas layanan, membangun kepercayaan dan konsumen. Hal ini yang mendasari perlu melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Buku Fajar Agung Bandar Lampung”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah:

- a) Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan toko buku Fajar Agung Bandar Lampung?
- b) Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan toko buku Fajar Agung Bandar Lampung?
- c) Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan toko buku Fajar Agung Bandar Lampung?
- d) Bagaimana pengaruh komitmen terhadap loyalitas pelanggan toko buku Fajar Agung Bandar Lampung?
- e) Bagaimana pengaruh citra, kualitas layanan, kepercayaan, komitmen terhadap loyalitas pelanggan toko buku Fajar Agung Bandar Lampung?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui besarnya pengaruh citra, kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan pada toko buku Fajar Agung Bandar Lampung.
- 2) Untuk mendeskripsikan pengaruh citra, kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan toko buku Fajar Agung Bandar Lampung.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh citra, kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas konsumen toko buku Fajar Agung Bandar Lampung.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

a) Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan referensi kepada peneliti yang akan datang kaitannya dengan citra, kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas konsumen.

b) Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang berguna dan mampu memberikan sumbangan pemikiran kepada toko buku Fajar Agung Bandar Lampung yang berkaitan dengan pengaruh citra, kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas konsumen.