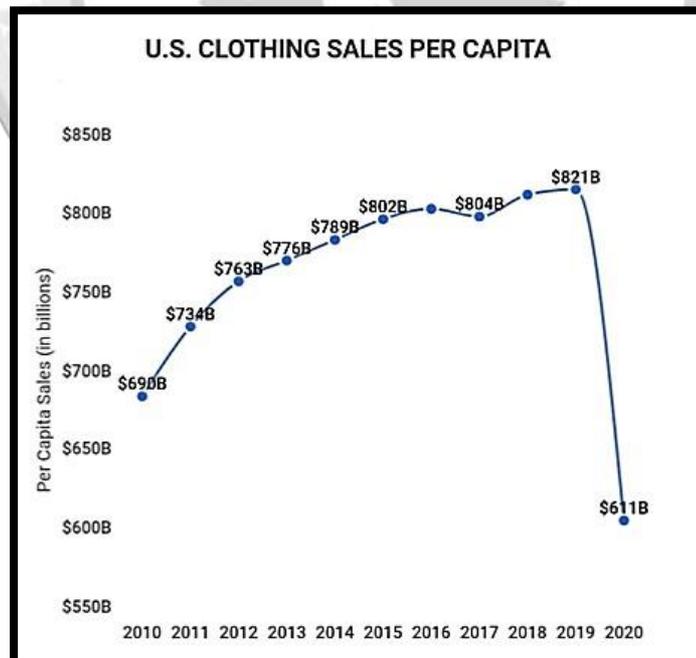


BAB I

PENDAHULUAN

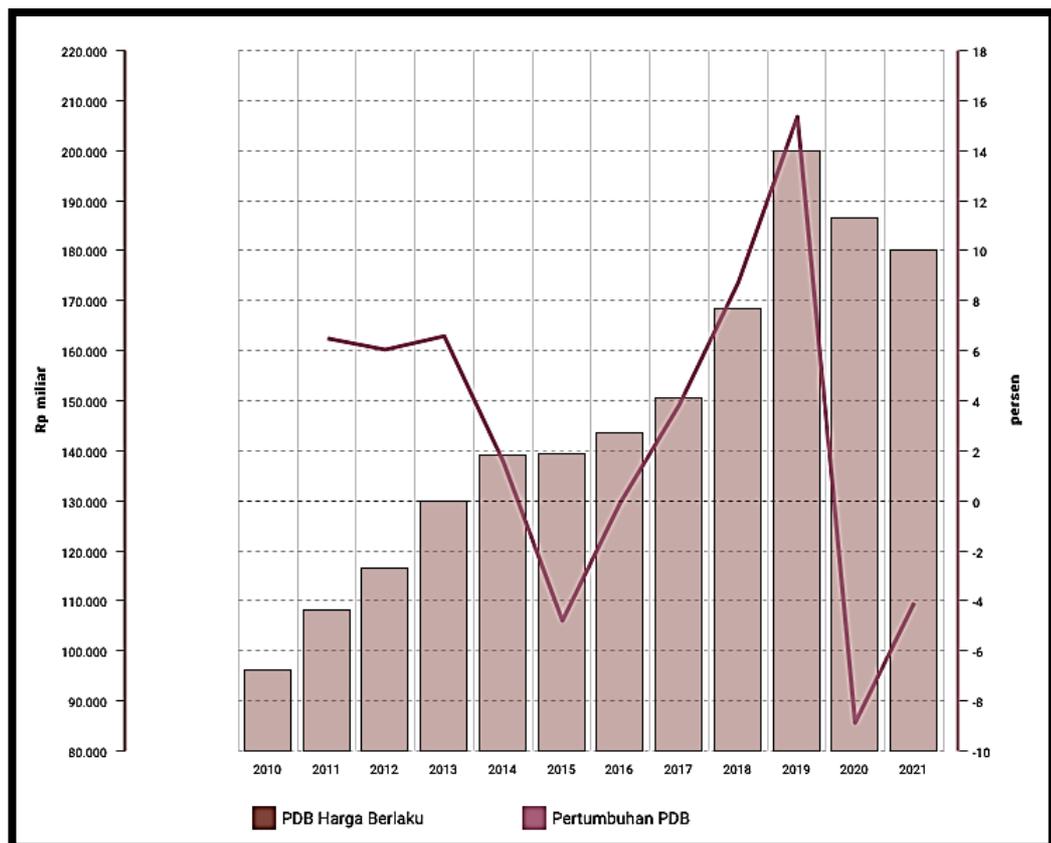
1.1 Latar Belakang

Pada tanggal 2 Maret 2020, Presiden Jokowi mengumumkan terdapat warga yang terinfeksi virus COVID-19. Setelah adanya kejadian itu, pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan serta upaya untuk menangani pandemic COVID-19 yang di kemas dalam Gugus Tugas percepatan Penanganan. COVID-19, kebijakan yang dikeluarkan adalah adanya aturan protokol kesehatan, kampanye cuci tangan, wajib menggunakan masker, jaga jarak dan menetapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) (Kompas, 2020). Kebijakan-kebijakan tersebut memberikan dampak pada berbagai industri di Indonesia, salah satunya Industri *fashion* (Kompaspedia, 2020)



Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan pada Negara U.S
Sumber: Ariella (2022)

Pada grafik 1.1, dijelaskan bahwa pertumbuhan penjualan pada negara U.S mengalami penurunan drastic pada tahun 2020, dari 821 Billion ditahun 2019 menjadi 611 Bilion pada tahun 2020.



Grafik 1.1 Pertumbuhan Penjualan pada Negara Indonesia
 Sumber: (Kusnandar, 2022)

Kondisi yang sama juga dialami oleh negara Indonesia, terjadi penurunan penjualan pada industri *fashion* pada tahun 2020. Pada tahun 2010 dengan tahun 2019 terjadi pertumbuhan pendapatan, namun pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis yang dikarenakan COVID-19. Hal ini dapat dijelaskan dengan melihat nilai PDB (Produk Domestik Bruto) pada tahun 2020 ialah sebesar -8,88%, dimana lebih kecil dari tahun 2019 yaitu 15,35% (Kusnandar, 2022).

Salah satu Industri *fashion* mengalami penurunan penjualan akibat pandemi COVID-19 ialah H&M. Menurut CNNIndonesia (2021), dijelaskan bahwa H&M merupakan perusahaan yang bergelut di industri *fashion* dan selama 2020,. Kondisi laba bersih H&M yang terpancang 90% dan ditutupnya 5.000 cabang H&M, merupakan bukti dampak pandemi covid-19 pada H&M. Perencanaan strategi yang dilakukan H&M dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis, adalah dengan tidak menambah cabang baru, akan tetapi berencana untuk menutup 350 toko H&M pada tahun 2021. Industri *fashion* sangat terpukul pada kuartal kedua, puncaknya adalah

ketika hingga 80% toko harus tutup. Lalu pada kuartal keempat H&M telah menunjukkan penjualan turun 15 persen menjadi 52,55 kronor Swedia, dengan laba bersih turun 41 persen menjadi 2,49 miliar kronor Swedia dari kuartal sebelumnya.

Pandemi covid-19 menghantam seluruh industri. Industri *fashion global* maupun industri *fashion* lokal. Secara global H&M sebagai bukti bahwa covid-19 memiliki pengaruh terhadap industri *fashion* global. Bagaimana dengan Indonesia?

Indonesia memiliki pusat grosir pakaian terbesar yaitu Pasar Tanah Abang yang berada di Jakarta Pusat. Pasar Tanah Abang tutup pada tanggal 27 Maret 2020 karena adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) (Anisa Andriani, 2020). Menurut Yasril Umar sebagai ketua Koperasi Pedagang Pasar Tanah Abang menjelaskan bahwa Pasar Tanah Abang mengalami kerugian lebih dari 75 Miliar per hari dan terdapat potensi kerugian yaitu sekitar 2,9 triliun (DetikFinance, 2020). Pasar Tanah Abang merupakan kumpulan dari seluruh ekosistem pedagang tekstil pakaian jadi maupun tidak jadi. Pada saat Pasar Tanah Abang terkena PPKM, maka seluruh ekosistem pun ikut mengalami kemerosotan

penjualan dan sampai pada titik kebangkrutan atau penutupan toko. Salah satu ekosistem pedagang di Pasar Tanah Abang adalah Toko Jolin. Toko Jolin merupakan salah satu pedagang di Pasar Tanah Abang di Blok B yang terpaksa harus menutup tokonya dan berjualan melalui *online*.

Toko Jolin dapat melakukan aktivitas bisnisnya dengan melakukan *co-creation* dengan mengubah cara penjualan *offline* menjadi *online*. Pada awal 2021, Toko Jolin mengalami peningkatan penjualan melalui *online* sebesar 11%. Jika dilihat total peningkatan penjualan secara *online* pada kurun waktu 2021, Toko Jolin telah memperoleh peningkatan penjualan sebesar 25%.



Grafik 1.2 Pertumbuhan Pendapatan pada Toko Jolin
Sumber: Hasil pengolahan data pada penelitian (2020)

Jika dilihat dari grafik 1.2 terjadi peningkatan penjualan di tahun 2021. Berdasarkan Sukmawata (2011) dijelaskan bahwa salah satu hal penting untuk peningkatan penjualan adalah dengan meningkatnya loyalitas dari pelanggan. Diharapkan dengan adanya peningkatan loyalitas pelanggan maka akan meningkat

pula penjualan. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan menjadi target variabel yang akan diprediksi oleh kepuasan pelanggan.

Peningkatan penjualan yang dialami oleh Toko Jolin telah memberikan motivasi bagi Toko Jolin untuk meningkatkan kepuasan konsumennya. Berdasarkan Teori yang dijelaskan oleh Zeithaml et al., (1996) bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Bagaimana dengan kepuasan pelanggan dari Toko Jolin?

Tabel 1.1 Keluhan Pelanggan pada 5 Bulan Terakhir

NO	TGL	Jenis Produk yang dibeli	Kategori Keluhan	Kategori Pelanggan
1.	5 Juli 2022	Celana Jeans anak-anak	Harga terlalu mahal	Lama
2.	20 Agustus 2022	One set baju tidur Dewasa	Harga terlalu mahal	Lama
3.	16 September 2022	Kaos Anak-Anak	Stok barang yang dimiliki Toko Jolin terlalu sedikit	Baru
4.	30 Oktober 2022	Celana Jeans Wanita	Terdapat beberapa barang yang tidak sempurna	Lama
5.	4 November 2022	Kemeja Dewasa	Model kemeja kurang bervariasi	Baru

Sumber: Yanti Wijaya (2020)

Jika dilihat dari tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa Toko Jolin mendapatkan keluhan dari beberapa pelanggan dalam 5 bulan terakhir. Artinya belum semua pelanggan merasa puas dengan Toko Jolin. Hal ini membuktikan bahwa Toko Jolin masih perlu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mereka. Bagaimana caranya agar Toko Jolin mampu meningkatkan kepuasan pelanggannya?

Pada Sulistiyo (2019) menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Darmono, 2020). Kemudian menurut Zeithaml et al., (1996) kualitas layanan memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Prentice, 2013). Pada Quelyu dan

Santoso (2021) menjelaskan bahwa *customer satisfaction* memiliki pengaruh pada *commitment*. Kemudian pada Augustia (2019) *customer satisfaction* memiliki pengaruh pada *customer loyalty*. Selanjutnya Fullerton (2003) menjelaskan bahwa *commitment* memiliki pengaruh pada *loyalitas pelanggan*. Lalu loyalitas pelanggan merupakan hal penting untuk perusahaan karna menurut Jeremia & Djurwati (2019) loyalitas pelanggan adalah hasil yang didapatkan dari kepuasan pelanggan serta memberikan dampak positif pada perusahaan seperti pelanggan yang setia akan melakukan pembelian produk perusahaan secara terus-menerus.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penguraian permasalahan tersebut, perumusan permasalahan pada penelitian ini yakni:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Toko Jolin?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Toko Jolin?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan di Toko Jolin?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan di Toko Jolin?
5. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan di Toko Jolin?
6. Apakah kepuasan Pelanggan di Toko Jolin berpengaruh positif terhadap komitmen?

7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jolin
8. Apakah komitmen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jolin?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Toko Jolin.
2. Menguji dan menganalisis persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Toko Jolin.
3. Menguji dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan di Toko Jolin.
4. Menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan di Toko Jolin.
5. Menguji dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan di Toko Jolin.
6. Menguji dan menganalisis kepuasan Pelanggan di Toko Jolin berpengaruh positif terhadap komitmen.
7. Menguji dan menganalisis kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jolin.
8. Menguji dan menganalisis komitmen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Toko Jolin.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini akan memperluas wawasan pembaca dari informasi-informasi yang bermanfaat. Lalu diharapkan juga penelitian ini dapat berguna untuk pembaca serta penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat 2 manfaat utama yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah teori dari:

- Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan
- Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Komitmen terhadap Kesetiaan Pelanggan
- Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Komitmen

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memperluas wawasan pembaca agar mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Komitmen dari pembeli dan juga Persepsi Harga terhadap Kesetiaan Pelanggan sehingga pembaca yang bekerja di Industri fashion dapat meningkatkan *service* dan *product quality*, *commitment* dan menciptakan *perceive price* yang baik sehingga pembaca dapat memperoleh *customer loyalty* di masa pandemic COVID-19 ini.

1.5 Kerangka Penelitian

Pada penelitian ini terdapat tiga bab yang memiliki garis besar yang mewakili keseluruhan ini dari penelitian ini, berikut merupakan gambaran besar penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan membahas tentang latar belakang dari masalah yang diangkat oleh peneliti, selanjutnya membahas tentang pertanyaan penelitian yang isinya pertanyaan dari permasalahan yang ada, lalu tujuan dari penelitian agar dapat dilihat fokus dari penelitian ini, lalu terdapat juga ruang lingkup penelitian agar dapat dilihat batasan dari penelitian ini, kontribusi penelitian yang membahas tentang manfaat dari penelitian dan yang terakhir terdapat garis besar penelitian sehingga pembaca dapat mengetahui gambaran besar dari isi penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan tentang definisi serta teori-teori dari variabel yang ada, yang dimana akan mendukung serta memperluas penjelasan yang berkaitan dengan variabel. Pada bab ini, peneliti juga akan membahas pengaruh yang terdapat pada variabel yang ada.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti akan membahas tentang metodologi penelitian, yang berisikan tipe dan desain penelitian serta model pengumpulan data yang digunakan

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, terdapat pembahasan mengenai hasil pengolahan data yang telah dilakukan secara bertahap dan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, terdapat pembahasan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari penulis mengenai objek pada penelitian yang telah dilaksanakan.

