

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri bisnis pada saat ini di Indonesia tumbuh dan berkembang sangat pesat dan mengalami perubahan yang signifikan secara berkesinambungan. Hal tersebut menyebabkan persaingan secara global antar perusahaan semakin ketat dan pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menciptakan pemikiran baru baik dalam inovasi produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kegiatan yang dilakukan sebuah perusahaan pada akhirnya akan berujung pada nilai yang akan diberikan oleh konsumen tersebut mengenai kepuasan yang akan dirasakannya.

Perkembangan industri bisnis dari berbagai lini aspek tiap tahunnya mengalami perkembangan, semua berlaku bagi pebisnis bersekala kecil maupun besar. Contoh bisnis yang berkembang pesat salah satunya dari lini teknologi yang kian hari kian maju. Dan usaha dibidang teknologi salah satunya adalah usaha jasa percetakan. Percetakan menurut Harsinta et al., (2020) adalah sebuah proses memproduksi tulisan maupun gambar salinan dari sebuah dokumen atau foto di atas kertas secara massal menggunakan mesin cetak. Percetakan disebut juga sebagai sebuah badan usaha yang memproduksi bahan baku yang disebut dengan media cetak dengan mencetak salinan kata-kata atau gambar yang telah di setting menjadi hasil cetakan pada media cetak yang dapat memberikan informasi bagi yang menerimanya.

Banyak masyarakat yang bergantung dengan jasa percetakan dikarenakan peralatan cetak yang mahal. Selain itu kebutuhan akan mencetak itu tidak terus menerus setiap hari dan tidak semua orang dapat mengoprasionalkan dari bahan mentah sampai jadi hasil cetakan, jadi masih banyak masyarakat yang mempercayakan kebutuhannya terhadap jasa percetakan. Bisnis percetakan merupakan industri yang berkembang secara cepat dan dinamis dalam kehidupan modern di kota-kota besar, karena hampir di setiap aspek kehidupan kota pasti memerlukan jasa percetakan dan dokumentasi. Sehingga pada saat ini, di kota Kebumen khususnya terdapat banyak perusahaan percetakan, baik dalam skala besar maupun dalam skala kecil.

Percetakan Ricco Printing adalah salah satu percetakan di kota Kebumen yang awalnya bergerak di bidang percetakan tetapi sekarang sudah berkembang dengan bidang usaha lain seperti, *souvenir*, spanduk, sablon kaos dan cutting laser. Tujuan utama didirikannya sebuah unit percetakan Ricco Printing adalah untuk memenuhi seluruh kebutuhan cetak dari semua aspek mulai dari anak sekolahan, kuliah, instansi, organisasi dan pengusaha yang masih menggunakan media cetak sebagai penunjang alat pemasaran mulai dari brosur, leaflet, spanduk, poster, katalog produk dan lain-lain.

Percetakan Ricco Printing senantiasa melakukan pengembangan dan inovasi pada layanan maupun mesin-mesin yang di gunakan. Hal tersebut merupakan wujud loyalitas dan kepercayaan pelanggan pada Ricco Printing. Percetakan Ricco Printing merupakan salah satu industri jasa yang terletak di

kota Kebumen dan berdiri selama kurang lebih dari tahun 2009-2023 dan telah mengalami kenaikan jumlah pelanggan di disetiap tahunnya. Dimana pertumbuhan dari bulan ke bulan berikutnya terdapat pertumbuhan yang menyatakan naik turun dan kurang signifikan. Namun, apabila dikumulatikan akan mendapatkan hasil kenaikan dalam pertumbuhan pelanggan. Adapun data pertumbuhan pelanggan dapat disajikan secara terperinci dibawah ini :

Tabel I- 1
Data Penjualan Produk Ricco Printing Tahun 2022 - 2023

No	Bulan	2022	2023
1	Januari	258	345
2	Februari	278	269
3	Maret	256	386
4	April	298	235
5	Mei	277	318
6	Juni	268	223
7	Juli	287	280
8	Agustus	357	315
9	September	248	350
10	Oktober	256	368
11	November	198	370
12	Desember	275	380

Perkembangan industri percetakan di Indonesia khususnya di kota Kebumen semakin melaju dengan pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan percetakan yang berdiri di Kebumen. Menurut *WordPress.com* tercatat lebih dari 60 percetakan di Kebumen sehingga persaingan-perusahaan sejenis semakin tajam. Kondisi kompetisi yang semakin ketat, membuat para pelaku pasar dan produsen berlomba untuk

memenangkan persaingan yang sangat ketat ini. Dalam hal ini perlu adanya strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Mengingat semakin meningkatnya permintaan di bidang jasa percetakan pada saat ini juga berdampak pada jasa percetakan baru yang memangkas pasar dari jasa percetakan yang lama.

Sehingga perkembangan persaingan bisnis dapat menjadi salah satu fenomena yang menarik untuk diteliti salah satunya pada industri jasa. Berbagai bentuk jasa juga semakin bermunculan seperti halnya jasa percetakan. Dengan banyaknya orang yang memerlukan jasa percetakan di Kebumen, sehingga setiap tahunnya akan mengalami peningkatan yang tentunya dapat menjadi peluang besar bagi industri jasa percetakan. Oleh sebab itu penyedia jasa harus meningkatkan dedikasinya menjadi lebih baik yaitu melalui pemasaran yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan baru. Percetakan Ricco Printing selaku percetakan yang lama berupaya untuk mempertahankan pelanggan lama dan membangun relasi dengan para agen dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai strategi pemasarannya. Menurut Nugroho & Azzahra,(2022) mempertahankan pelanggan lama sangat penting karena lebih mudah dan lebih murah daripada mendapatkan pelanggan baru.

Ada beberapa faktor atau penimbang mengapa pelanggan Ricco Printing menjadi loyal. Loyalitas merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dan menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Menurut Hermawati, (2023) loyalitas pelanggan terbentuk

melalui proses pengalaman konsumen melalui pembelian atau penggunaan produk sepanjang waktu. Apabila dari pengalamannya konsumen tidak sesuai harapan, konsumen akan berhenti untuk mencoba produk lain yang sesuai dengan harapannya. Adapun sebaliknya, apabila produk yang di beli atau digunakan sesuai harapan, maka pembelian akan berulang. Pembelian konsumen yang berulang dan konsisten sepanjang waktu inilah yang menimbulkan loyalitas konsumen.

Sebelum mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas pada percetakan Ricco Printing, maka penulis melakukan sebuah survei. Penulis terlebih dahulu melakukan survei menggunakan pertanyaan kuisisioner tertutup kepada 50 responden pelanggan Ricco Printing, dimana hasil survei tersebut akan dijumlahkan dari pilihan terbanyak hingga pilihan terkecil. Berdasarkan hasil survei dapat disimpulkan sebagai berikut :

Tabel I- 2
Survey Kepada Pelanggan Ricco Printing Kebumen

No	Nama Variabel	Jumlah	Persentase
1	<i>Customer Relationship Management</i>	17	33,30%
2	<i>Customer Satisfaction</i>	13	25,50%
3	<i>Service Quality</i>	11	21,60%
4	<i>Company Reputation</i>	9	19,60%
Jumlah		50	100%

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan data diatas, sebanyak 50 responden yang menjadi pelanggan Ricco Printing disebabkan oleh beberapa faktor. Bahwa sebanyak

33,3% responden memilih Percetakan Ricco Printing disebabkan karena Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management*. Sebanyak 25,5% memilih percetakan Ricco Printing karena mendapat kepuasan, 21,6% memilih percetakan Ricco Printing karena kualitas pelayanan dan sebanyak 19,6% memutuskan memilih percetakan Ricco Printing karena reputasi perusahaan atau *company reputation* yang baik.

Customer Relationship Management menurut Tama, (2009) merupakan gabungan antara proses bisnis dan teknologi untuk mengembangkan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai perilaku pelanggan. Pengetahuan yang didapat digunakan untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan, mendapatkan pelanggan yang baru, dan juga mempertahankan pelanggan, yang sangat erat kaitannya dengan loyalitas pelanggan itu sendiri. J. Hutahaean, (2018) juga mendefinisikan CRM sebagai sebuah strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan dengan menggunakan teknologi informasi melalui filosofi dan budaya bisnis yang berpusat pada pelanggan, sehingga proses-proses bisnis tersebut menjadi lebih efektif. Artinya perusahaan harus membangun hubungan yang baik dengan konsumen, memberi pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas dan loyal terhadap perusahaan. Pada percetakan Ricco Printing program CRM yang sudah berjalan yaitu adanya potongan harga khusus ketika pelanggan mencapai target tertentu, voucher dan diskon untuk pelanggan, dan edukasi terkait program-program terbaru yang diberikan pihak Ricco Printing kepada pelanggan melalui Whattshap grup agar pelanggan selalu mendapatkan

informasi menarik sehingga pelanggan merasa senang dan nyaman. Jika perusahaan berhasil menerapkan CRM tersebut, maka konsumen akan terus mengingat serta menggunakan produk atau jasa dan menjadi loyal terhadap perusahaan.

Loyalitas pelanggan tidak datang secara langsung. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk mencurahkan banyak perjuangan dan sumber daya dalam manajemen sumber daya manusia. Menurut Tampubolon, (2014) masalah utama yang harus diselesaikan adalah bagaimana manajemen sumber daya manusia (SDM) berperan dalam mempengaruhi arah dan strategi perkembangan perusahaan. Oleh karena itu diharapkan dengan mengoptimalkan hubungan manajemen pelanggan dan reputasi perusahaan yang baik maka perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan fungsinya sekaligus membina hubungan jangka panjang dengan para pelanggan sehingga pelanggan merasa puas.

Kepuasan pelanggan menurut Niha, (2022) adalah anggapan konsumen apabila harapan yang mereka miliki sudah dipenuhi. Kepuasan pelanggan ini mengandung pengertian sebagai perbandingan antara harapan pelanggan dengan yang pelanggan rasakan saat mempergunakan produk itu. Jika pelanggan merasa bila kinerja produk sama atau lebih dari harapan, maka mereka akan memperoleh kepuasan. Lain apabila kinerja produk tidak sesuai harapan, tentu pelanggan itu mengalami ketidakpuasan. Artinya bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang dan puas individu. Namun, pengolahan hubungan yang kuat saja tidak cukup untuk memuaskan

pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka. Perlu adanya kualitas pelayanan yang baik agar pelanggan merasa senang ketika datang dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Karena kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan dan akan menjadi pelanggan yang loyal serta memberika keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Rahman, (2019) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat penting. Jadi semakin baik dan memuaskan tingkat pelayanannya maka akan semakin bermutu usaha tersebut begitu juga sebaliknya. Artinya kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dalam membentuk loyalitas pelanggan dengan beberapa faktor tersebut ada satu hal yang tidak kalah penting, yaitu reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan harus ditingkatkan di era saat ini untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas.

Reputasi perusahaan menurut Prayitno, (2015) adalah hasil evaluasi secara keseluruhan yang didapat dari pengalaman langsung selama berhubungan dengan pihak perusahaan, dari sudut pandang customer sebagai salah satu *stakeholder*, terhadap produk dan layanan perusahaan termasuk di dalamnya aktivitas komunikasi, dan interaksinya dengan perwakilan dari pihak perusahaan. Oleh karena itu, evaluasi reputasi perusahaan didasarkan pada persepsi pelanggan dan merupakan eksplorasi pengalaman mereka

terkait dengan tindakan perusahaan di masa lalu. Hal tersebut merupakan wujud dari loyalitas dan kepercayaan pelanggan pada Ricco Printing.

Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam perusahaan jasa percetakan Ricco Printing sangat berperan penting dalam peningkatan profitabilitas perusahaan. Pelanggan akan menjadi lebih menguntungkan ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan berakhir dengan loyalitas, dimana konsumen sebagai pelanggan akan terus menggunakan produk jasa percetakan Ricco Printing secara berkelanjutan. Manfaat lain dari penerapan CRM dari segi perusahaan adalah dapat tercipta kelompok konsumen atau agen yang terus menerus menggunakan produk jasa percetakan perusahaan Ricco Printing.

Berdasarkan latar belakang dan melihat beberapa faktor diatas yang dapat menjadi perusahaan jasa percetakan Ricco Printing Kebumen mampu bersaing dengan jasa percetakan lainnya, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian di perusahaan percetakan dengan judul **“Pengaruh *Customer Relationship Management, Company Reputation* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening. (Studi pada pelanggan Ricco Printing Kebumen)**

1.2.Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah tentang persaingan bisnis dan loyalitas konsumen terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Ricco Printing Kebumen. Berdasarkan data tabel I-1 tentang peningkatan dan

penurunan pelanggan Ricco Printing yang kurang signifikan disetiap bulanya, Ricco Printing harus mampu berkembang dengan baik termasuk dalam pelayanannya. Oleh karena itu perlu adanya upaya dari pihak Ricco Printing agar bisa membuat konsumen loyal terhadap Ricco Printing. Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini adalah Pengaruh *Customer Relationship Management*, *Company Reputation* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat diajukan pertanyaan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Ricco Printing Kebumen?
2. Apakah pengaruh *Company Reputation* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Ricco Printing Kebumen ?
3. Apakah pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Ricco Printing Kebumen?
4. Apakah pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Ricco Printing Kebumen?
5. Apakah pengaruh *Company Reputation* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Ricco Printing Kebumen?
6. Apakah pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Ricco Printing Kebumen?

7. Apakah pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Ricco Printing Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Batasan penelitian ini bertujuan agar penelitian ini terhindar dari pembahasan yang terlalu luas dan mengarah pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Adapun batasan-batasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Endogen

Customer loyalty atau loyalitas pelanggan menurut Ho, (2017) adalah respon perilaku pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dengan melakukan pembelian secara berulang-ulang, memiliki komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan serta merekomendasikan orang lain untuk membeli produk atau jasa perusahaan. Indikator menurut Hurriyati (2015:130) dalam Bunga Pertiwi et al., (2022) loyalitas pelanggan dibatasi pada :

- 1) Kebiasaan Transaksi

Yaitu seberapa sering pelanggan melakukan transaksi.

- 2) Pembelian Ulang

Yaitu kemauan pelanggan untuk melakukan transaksi dengan memanfaatkan berbagai layanan lainnya yang disediakan.

- 3) Rekomendasi

Yaitu pengkomunikasian secara lisan mengenai pengalaman penggunaan produk yang baik kepada orang lain dengan harapan orang tersebut mau untuk mengikutinya

4) Komitmen

Yaitu kemauan pelanggan untuk tetap memanfaatkan pelayanan yang disediakan dimasa datang dan enggan untuk berhenti sebagai pelanggan tersebut.

2. Variabel Eksogen

a. *Customer Relationship Managemen*

Menurut Bunga Pertiwi et al., (2022) *Customer Relationship Management* (CRM) pada dasarnya adalah sebuah konsep yang sederhana, konsep yang muncul secara intuitif, menarik pelanggan baru, mengenali mereka dengan lebih baik, memberikan mereka layanan yang baik, dan mengantisipasi keinginan dan kebutuhan mereka. Yang dalam arti luas, CRM adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul. Indikator menurut Rahmawati et al., (2019) *Customer Relationship Management* (CRM) dibatasi pada :

1) Data dan informasi

Data adalah keseluruhan fakta yang disimpan atau yang digunakan diseluruh aspek perusahaan, sedangkan informasi adalah segala sesuatu yang dapat memberikan masukan dan gambaran mengenai suatu hal.

2) Proses

Proses dalam CRM merupakan kelangsungan berjalan suatu kegiatan antara perusahaan dalam program CRM menghasilkan suatu hasil akhir yang spesifik. Proses dilakukan untuk menciptakan kesan yang positif dan kemudahan akses dan interaksi bagi pelanggan selama pelayanan berlangsung

3) Teknologi

Teknologi terdiri dari segala peralatan dan kelengkapan yang mendukung berjalannya proses CRM, yang terdiri dari perangkat keras (hardware), perangkat lunak (Software), dan jaringan (network)

4) Sumber daya manusia (*people*)

Sumber daya yang dimaksud adalah orang-orang yang melakukan dan mengoperasikan suatu fungsi CRM.

b. *Company Reputation*

Reputasi perusahaan menurut Syah, (2013) adalah persepsi orang luar secara keseluruhan terhadap karakteristik suatu perusahaan.

Indikator menurut Alam, (2015) reputasi perusahaan dibatasi pada :

- 1) Kredibilitas
- 2) Kompetensi perusahaan
- 3) Nama baik

c. *Service Quality*

Menurut Rahman, (2019) *Service Quality* merupakan keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat penting. Indikator menurut Mulyadi, (2020), kualitas pelayanan dibatasi pada:

1) Berwujud nyata (*Tangibles*)

Berwujud nyata, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi

2) Empati (*Empaty*)

Kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan

3) Ketanggapan (*Responsiviness*)

Yaitu keinginan para *staff* untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4) Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan

5) Jaminan (*Assurance*)

Yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan dan kesopanan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para *staff*.

3. Variabel Intervening (*Customer Satisfaction*)

Customer Satisfaction menurut Sasongko, (2021) adalah perasaan senang yang muncul dari diri seseorang dikarenakan kebutuhan atau keinginannya dapat terpenuhi. Kepuasan yang didapatkan pelanggan merupakan hasil dari evaluasi atau penilaian atas fitur produk atau jasa yang mereka gunakan dalam pemenuhan kebutuhan, yang mana kinerjanya sesuai atau bahkan melebihi harapan. Indikator menurut Iranita, (2021), kepuasan pelanggan dibatasi pada:

1) Rasa Senang

Rasa yang menunjukkan sejauh mana para pelanggan tersebut merasa senang dengan pelayanan transaksinya.

2) Kepuasan terhadap layanan

Kepuasan terhadap layanan menunjukkan sejauh mana para pelanggan merasa puas dengan pelayanan transaksinya

3) Kepuasan terhadap sistem pelayanan

Kepuasan terhadap sistem layanan menunjukkan sejauh mana kecepatan dan kemudahan sistem transaksi yang disediakan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

4) Kepuasan *financial*

Adalah kepuasan pelanggan atau konsumen secara *financial* meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan selama menggunakan jasa pelayanan tersebut.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Ricco Printing Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Company Reputation* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Ricco Printing Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Ricco Printing Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Ricco Printing Kebumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Company Reputation* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Ricco Printing Kebumen.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Ricco Printing Kebumen.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Ricco Printing Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin mengetahui Pengaruh *Customer Relationship Management*, *Company Reputation* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening.

Bagi peneliti, sebagai wahana latihan pengembangan kemampuan dan penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi pihak pemilik Ricco Printing Kebumen dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi dimasa yang akan datang.

