

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesukaan terhadap binatang peliharaan sudah menjadi *lifestyle* (gaya hidup) dikalangan masyarakat modern. Bahkan dewasa ini, tidak sedikit dari mereka menjadikan hewan sebagai teman dalam menjalani rutinitas hidup. Keunikan, kepolosan, kelucuan dan berbagai karakteristik yang dibawa oleh hewan peliharaan, seolah turut menjadi magnet tersendiri.

Binatang peliharaan adalah hewan yang dipelihara oleh manusia yang harus dirawat dan dipenuhi kebutuhan hidupnya serta memiliki tempat yang layak. Binatang peliharaan pada umumnya adalah binatang yang memiliki karakter setia pada pemiliknya, memiliki penampilan yang menarik, memiliki suara yang indah, bertingkah lucu atau menggemaskan, unik dan dapat menghibur pemiliknya,¹ contohnya kucing.

Untuk pemeliharaan kucing secara rutin dibutuhkan suatu tempat untuk kebutuhannya meliputi pakan, kandang, tempat untuk vaksin hewan, dll. Tempat khusus yang menjual perlengkapan hewan peliharaan biasa disebut *Petshop*. Seiring dengan banyaknya bisnis *Petshop* menyebabkan timbulnya persaingan antar bisnis sejenis juga tidak dapat dihindari sehingga setiap pemilik *Petshop* berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik

¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Hewan_timbangan , diakses pada tanggal 10 agustus 2019

bagi konsumen agar mampu memberikan kesan yang baik dibenak konsumen.²

Setiap bisnis memiliki tugas yang kuat untuk menciptakan kepuasan dan kepercayaan terhadap konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen. Membangun sebuah loyalitas konsumen sangatlah sulit, apabila perusahaan memiliki konsumen yang loyal, maka perusahaan harus mampu mempertahankan konsumen tersebut. Hal ini dapat di pahami bahwa, pelanggan dengan loyalitas yang tinggi diharapkan mampu mendukung kelangsungan hidup dan perkembangan atau pertumbuhan *Petshop*. Pelanggan yang loyal pada umumnya akan cenderung membeli ulang produk *Petshop* di waktu- waktu mendatang, selain itu umumnya secara sukarela juga bersedia membujuk orang lain untuk melakukan pembelian produk, dan menyebarkan informasi yang baik mengenai produk ke orang lain. Semua tindakan- tindakan pelanggan yang loyal tersebut jelas dapat memberikan kontribusi yang besar bagi *Petshop*.³

Loyalitas pelanggan secara konseptual dipengaruhi oleh banyak faktor. Menurut Zikmund Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor. *Pertama* kepuasan (*Satisfaction*), kepuasan pelanggan merupakan pengukuran antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan. *Kedua* ikatan emosi (*Emotional bonding*), konsumen

² Septhia Rachma Wardani, *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT.Nur Ramadhan Yogyakarta*, (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta), 19.

³ Edy Piyanda Sitepu, *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Nokia N73*, (Skripsi, Program Studi Manajemen, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta), 2.

dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama. *Ketiga* kepercayaan (*Trust*), kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi. *Keempat* kemudahan (*Choice reduction and habit*). Konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat. *Kelima* Pengalaman dengan perusahaan (*History with company*), sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka akan mengulangi perilaku pada perusahaan tersebut.⁴

Kaki Empat *Pet Care* merupakan *Petshop* yang menjual berbagai macam kebutuhan hewan peliharaan seperti makanan, *accessories*, snack, shampo dan obat kutu. Selain menjual kebutuhan untuk hewan di Kaki Empat *Pet Care* juga tersedia pelayanan praktek yang langsung ditangani oleh dokter hewan dan juga menyediakan jasa *grooming*, dan penitipan untuk hewan.

⁴ Vanessa Gaffar, *Customer Relationship Management and Marketing Public Realltion*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 72.

Kaki Empat *Pet Care* terletak di Jl. Tembus Kaliombo, Kelurahan Kaliombo, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri. Kaki Empat *Pet Care* merupakan salah satu *Petshop* terlengkap di Kota Kediri. Kaki Empat *Pet Care* memiliki 10 *Reseller* dan 2 Cabang yang tersebar di Kota Kediri. Kaki Empat *Pet Care* sendiri biasa didatangi kurang lebih 35 konsumen setiap harinya.

Ada beberapa hal unik dari Kaki Empat *Pet Care*, *Pertama* dari segi fasilitas, Kaki Empat *Pet Care* melayani *Delivery Order* dengan ongkos kirim yang telah disetujui oleh penjual dan pembeli, selain itu pada Kaki Empat *Pet Care* ini juga tersedia klinik lengkap untuk pemeriksaan hewan yang tidak dimiliki oleh toko perlengkapan hewan lainnya, misalnya USG untuk hewan, Pemeriksaan tes darah, Tes Toksoplasma dan virus. *Kedua*, dari segi produk, Kaki Empat *Pet Care* memproduksi sendiri shampo untuk anjing dan kucing, dengan merk “kaki empat pet care”.

Pada Kecamatan Kota Kediri terdapat kurang lebih 5 *Petshop* yang menjual berbagai macam kebutuhan untuk hewan peliharaan, diantaranya adalah *Pertama* Kaki Empat *Pet Care* yang terletak di Jl. Tembus Kaliombo, Kelurahan Kaliombo, Kecamatan Kota Kediri, *Kedua* Gudang *Petshop* yang terletak di Jl. Dr. Sutomo No. 19, Banjaran, Kecamatan Kota Kediri, *Ketiga* My Hobby *Petshop* yang terletak di Jl. Patiunus No. 34, Kemas, Kecamatan Kota Kediri, *Keempat* Dindin *Petshop* yang terletak di Jl. Imam Bonjol No. 370, Ngadirejo, Kecamatan Kota Kediri, dan yang terakhir Cat Dog Vet Care yang terletak di Jl. Imam Bonjol No 67, Ngadirejo, Kecamatan

Kota Kediri. Berikut tabel perbedaan dari kelima *Petshop* yang ada di Kecamatan Kota Kediri.

Tabel 1.1

Data Perbedaan *Petshop* Di Kecamatan Kota Kediri

Nama <i>Petshop</i>	Produk	Klinik Hewan
Kaki Empat <i>Pet Care</i>	Penitipan Hewan, Grooming, Makanan Hewan Accessories , Produk Shampo	Vaksin, USG Hewan, Tes Darah Hewan, Tes Toksoplasma
Gudang <i>Petshop</i>	Makanan Hewan, Accessories	-
My Hobby <i>Petshop</i>	Makanan Hewan, Accessories	-
Dindin <i>Petshop</i>	Makanan Hewan, Accessories	-
Cat Dog Vet Care	Penitipan Hewan, Grooming, Makanan Hewan, Accessories	Vaksin

Sumber: data berdasarkan observasi awal

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa Kaki Empat *Pet Care* merupakan *Petshop* terlengkap di Kecamatan Kota Kediri dibanding *petshop* yang lain. Untuk lebih memudahkan berinteraksi dengan konsumennya, Kaki Empat *Pet Care* menyediakan layanan grup *Whatsapp* yang berisi konsumen yang pernah membeli pada Kaki Empat *Pet Care*. Grup *Whatsapp* tersebut bernama Kaki 4 – Cat Chapter. Grup Kaki 4 – Cat Chapter sendiri memiliki

jumlah 89 anggota dan 3 admin. Berdasarkan observasi awal terhadap 50 orang konsumen sebagai responden pada Toko Kaki Empat *Pet Care* didapatkan data sebagai berikut.

Tabel 1.2

Data Responden Konsumen Kaki Empat *Pet Care* Desa Kaliombo

Jumlah Pembelian	Jumlah Responden
2 – 5 kali	8 Orang
6 – 10 kali	27 Orang
10 – lebih	15 Orang
Total	50 Orang

Sumber: data berdasarkan observasi awal

Tabel 1.3

Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Kaki Empat *Pet Care* Desa Kaliombo

Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas	Jumlah Responden	Persentase
Kemudahan	9	18%
Kepercayaan	17	34%
Ikatan Emosi	4	8%
Pengalaman Dengan Perusahaan	2	4%
Kepuasan	18	36%
Total	50	100%

Sumber: Data berdasarkan observasi awal

Dari hasil yang didapat dari tabel diatas adalah menurut konsumen Toko Kaki Empat *Pet Care* faktor yang dirasa paling berpengaruh untuk

membuat para konsumen menjadi setia atau loyal adalah faktor kepercayaan dan kepuasan.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan puas, sedangkan apabila pelanggan dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan apabila kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas.⁵ Menurut Cadotte Woodruff dan Jenkins kepuasan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk.⁶

Kepuasan konsumen berdampak pada konsumen pada bulan selanjutnya. Semakin baik pelayanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen, maka semakin baik pula dampaknya untuk Kaki Empat *Pet Care*. Konsumen yang merasa puas suatu saat dimungkinkan akan menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk dari Kaki Empat *Pet Care*.

Selain kepuasan pelanggan aspek yang mempegaruhi pelanggan pada Kaki Empat *Pet Care* untuk tetap loyal adalah kepercayaan. Menurut pendapat para ahli yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu unsur penting dalam loyalitas konsumen adalah kepercayaan sebagai dasar penting untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan modal penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen terutama dalam membangun hubungan

⁵ Arista Atmadati, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini* (Yogyakarta: Deepublish, 2018),4.

⁶ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), 169.

jangka panjang, sehingga kepercayaan memegang peranan penting dalam keberlangsungan perusahaan untuk waktu yang akan datang.⁷

Menumbuhkan sikap loyalitas konsumen pada era bisnis masa kini merupakan tuntutan yang harus dilakukan oleh pengusaha *Petshop*, karena dengan terpeliharanya loyalitas pelanggan maka keberadaan perusahaan tetap terjaga. Seorang pelanggan yang loyal menjadi asset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal akan mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada perusahaan.⁸ Pelanggan yang loyal ini akan kembali membeli produk dan memanfaatkan jasa perusahaan dan juga memberikan rekomendasi kepada orang terdekat.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan merupakan faktor yang dapat menumbuhkan loyalitas pada konsumen karena sangat diperlukan bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat. Sehubungan dengan ini peneliti mengambil topik penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Kaki Empat *Pet Care* Desa Kaliombo Kota Kediri)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan masalah sebagai fokus utama penelitian sebagai berikut :

⁷ Bagus Dwi Setyawan, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang), 2.

⁸ Lincen Indahwati Darsono, “Loyalty & Disoyalti: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan”, *Kinerja*, Vol. 8, No. 2, (2004), 163.

1. Bagaimana kepercayaan pelanggan pada Kaki Empat *Pet Care* ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Kaki Empat *Pet Care* ?
3. Bagaimana loyalitas konsumen pada Kaki Empat *Pet Care* ?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas konsumen Kaki Empat *Pet Care* ?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen Kaki Empat *Pet Care* ?
6. Bagaimana pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Kaki Empat *Pet Care* ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kepercayaan pelanggan pada Kaki Empat *Pet Care*
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Kaki Empat *Pet Care*
3. Untuk mengetahui loyalitas konsumen pada Kaki Empat *Pet Care*
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Kaki Empat *Pet Care*
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Kaki Empat *Pet Care*
6. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Kaki Empat *Pet Care*.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.⁹ Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah dan akan diterima jika fakta-fakta benar. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis akan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Ha : Ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada anggota grup *whatsapp* Kaki4 – Cat Chapter.
2. Ha : Ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada anggota grup *whatsapp* Kaki4 – Cat Chapter.
3. Ha : Ada pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada anggota grup *whatsapp* Kaki4 – Cat Chapter.
4. Ho : Tidak ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada anggota grup *whatsapp* Kaki4 – Cat Chapter.
5. Ho : Tidak ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada anggota grup *whatsapp* Kaki4 – Cat Chapter.
6. Ho : Tidak ada pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada anggota grup *whatsapp* Kaki4 – Cat Chapter.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

- 1) Kegunaan secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pada penelitian- penelitian selanjutnya yang berhubungan

⁹ Sumadi Sukrabat, *Metode Penelitian*(Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2002), 69.

dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen.

2) Kegunaan secara praktisi

a. Bagi Peneliti

Sebagai kajian untuk memperdalam dan memperluas wawasan bagi peneliti. Diharapkan bermanfaat bagi peneliti sendiri guna meningkatkan profesionalisme di bidang penelitian dan berguna untuk memenuhi tugas serta persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana.

b. Bagi Kaki Empat Pet Care

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana informasi yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen dan dapat dijadikan sebagai catatan atau koreksi untuk mempertahankan serta meningkatkan pelanggannya.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan tentang kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen, terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

F. Telaah Pustaka

Dari hasil tinjauan Penulis, ada beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti oleh Penulis adalah :

1. Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Nokia N7, yang disusun oleh Edy Piyanda Sitepu pada tahun 2008. Skripsi yang ditulis oleh peneliti tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan *switching cost* secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan Analisis secara menyeluruh ada pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan *switching cost* secara bersama- sama terhadap loyalitas pelanggan. Dengan koefisien determinasi sebesar 0,782 atau 78,2; hal ini menunjukkan bahwa 78,2% perubahan yang terjadi pada loyalitas pelanggan disebabkan oleh perubahan yang terjadi pada kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan *switching cost*; sedangkan 21,8% lainnya disebabkan oleh variable-variable lain yang tidak tercakup dalam penelitian.

Peneliti menggunakan jenis penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif: Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Dengan teknik pengumpulan data kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Perbedaan skripsi diatas dengan skripsi ini yaitu: (1) Produk dari skripsi yang diteliti adalah produk keperluan hewan pada Kaki Empat *Pet Care*. Sedangkan produk dari skripsi Edy Piyanda Sitepu yaitu Handphone Nokia N73. (2) lokasi dari skripsi yang akan diteliti yaitu konsumen Kaki Empat *Pet Care* Desa Kaliombo Kota Kediri, sedangkan lokasi skripsi

Edy Piyanda Sitepu lokasi yang diteliti yaitu Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Merican, Yogyakarta.¹⁰

2. Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta, yang disusun oleh Septia Rachma Wardani pada tahun 2015. Skripsi yang ditulis oleh peneliti tersebut bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh kepercayaan dan kepuasan secara terhadap loyalitas jamaah umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta.

Berdasarkan penelitian berdasarkan uji F diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis mayor yang menyatakan kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas jamaah umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta diterima. Uji T ditemukan hasil nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan $0,011 < 0,05$. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi ditemukan hasil $0,437 (< 1\%)$. Dari hasil uji tersebut berarti kepercayaan dan kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas jamaah umroh.

Peneliti menggunakan jenis penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Dengan teknik pengumpulan data kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Perbedaan skripsi diatas dengan skripsi ini yaitu: (1) Produk dari skripsi yang diteliti adalah produk keperluan hewan. Sedangkan produk dari skripsi Septia Rachma Wardani adalah produk jasa penyelenggara ibadah

¹⁰ Edy Piyanda Sitepu, *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Nokia N73*, (Skripsi, Program Studi Manajemen, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)

umroh dan haji plus. (2) Lokasi dari skripsi yang akan diteliti yaitu konsumen Kaki Empat *Pet Care*, Desa Kaliombo Kota Kediri, sedangkan lokasi skripsi Septia Rachma Wardani Jamaah umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta.¹¹

3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mini Market Kertapati Jaya Indah Palembang, yang disusun oleh Helisia Krisdayanti pada tahun 2017. Skripsi yang ditulis oleh peneliti tersebut bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Minimarket Kertapati Jaya Palembang.

Berdasarkan hasil penelitian berdasarkan uji t kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, begitupula dengan kepuasan konsumen juga berpengaruh positif pada loyalitas konsumen.

Peneliti menggunakan jenis penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif: Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling*. Dengan teknik pengumpulan data kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Perbedaan skripsi diatas dengan skripsi ini yaitu: Lokasi dari skripsi yang akan diteliti yaitu konsumen Kaki Empat *Pet Care* Desa Kaliombo Kota

¹¹ Septia Rachma Wardani, *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta*, (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)

Kediri, sedangkan lokasi skripsi Helisia Krisdayanti konsumen Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang.¹²

¹² Helisia Krisdayanti, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mini Market Kertapati Jaya Indah Palembang*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017)