

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini merupakan pendahuluan dari skripsi yang akan membahas beberapa hal terkait penelitian, seperti latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta struktur organisasi penulisan skripsi.

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis saat ini dipengaruhi oleh pola pikir konsumen yang dinamis, setiap konsumen selalu lebih selektif dalam pemilihan kualitas yang di berikan oleh pihak perusahaan. Kotler & Keller (2016) menyatakan jika banyak perusahaan yang menggunakan berbagai cara untuk mempertahankan konsumen, salah satunya adalah dengan selalu memperhatikan kualitas produk/jasa agar memenuhi harapan konsumen. Pemenuhan harapan tersebut akan menciptakan kepuasan bagi konsumen dan memberikan keuntungan kepada perusahaan karena produk/jasa yang dikeluarkan telah dipilih oleh konsumen.

Kepuasan pelanggan ini merupakan tingkat perasaan seseorang setelah melakukan perbandingan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan yang sebelumnya dibayangkan oleh konsumen (Kotler & Keller, 2016). Selain itu, pada beberapa penelitian sebelumnya, kepuasan pelanggan dikatakan merupakan bagian penting dari loyalitas pelanggan, hal tersebut karena dengan konsumen yang puas maka akan kembali menggunakan produk/jasa tersebut dan perusahaan mendapatkan keuntungan karena memiliki konsumen tetap. Loyalitas pelanggan merupakan sikap individu yang melakukan pembelian kembali merek yang sama dalam jangka waktu yang lama (Oliver, 1999). Selain itu loyalitas pelanggan ini adalah sikap yang dibutuhkan oleh perusahaan, karena dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Qiu, Ye, Bai & Wang (2015) menunjukkan jika kepuasan pelanggan menjadi

Rina Tri Yuningsih, 2018

KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN

*PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI
BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

salah satu faktor pelanggan akan menunjukkan sikap loyal kepada suatu produk/jasa. Pada penelitian tersebut disebutkan jika kepuasan pelanggan dapat membuat konsumen mendapatkan motivasi untuk melakukan promosi atau merekomendasikan produk/jasa yang dirasa membuat mereka puas kepada kerabat ataupun teman terdekatnya, sehingga orang terdekat mereka pun menggunakan produk/jasa yang sama dengan dirinya.

Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Bowen dan Chen (2001) pun membenarkan bahwa kepuasan pelanggan ini memang memberikan pengaruh positif kepada loyalitas karena pelanggan yang merasa puas dengan pengalamannya setelah menggunakan produk/jasa yang dipilih dan menjadikan produk/jasa tersebut sebagai pilihan utama. Akan tetapi, kepuasan saja tidak akan menjamin konsumen akan melakukan loyalitas dalam jangka waktu yang panjang, tentunya akan ada faktor-faktor lain yang mendukung konsumen melakukan loyalitas dalam jangka waktu yang lama, oleh karena itu peneliti mencoba untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas namun dimediasi oleh faktor lain yaitu hambatan berpindah dan komitmen pelanggan pada konsumen Hotel. Peneliti memilih konsumen Hotel karena konsumen Hotel melakukan banyak interaksi, baik dengan karyawan ataupun dengan fasilitas yang ada di Hotel tersebut sehingga membuat konsumen banyak memikirkan faktor lain yang akan membuat konsumen puas dan loyal terhadap Hotel yang dipilihnya.

Pada beberapa tahun terakhir hambatan berpindah dianggap dapat menjadi mediasi antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dan menjadi komponen penting dalam mempertahankan pelanggan agar dapat loyal terhadap suatu produk/jasa yang telah dipilihnya (Ranaweera & Prabhu, 2003). Hambatan berpindah ini merupakan penghalang atau kendala yang dirasakan oleh konsumen ketika akan beralih ke penyedia produk/jasa lain (Bansal & Taylor, 1999 ; Ranaweera & Prabhu, 2003). Disini perusahaan melakukan upaya untuk membentuk

Rina Tri Yuningsih, 2018

KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN

*PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI
BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

kesulitan dalam peralihan produk/jasa sehingga pelanggan merasa rugi, enggan, atau perlu mengeluarkan biaya yang besar ketika akan melakukan pergantian produk/jasa (Tjiptono, 1997). Kesulitan dalam peralihan ini dapat berupa biaya transaksi, biaya belajar/pemahaman, potongan harga khusus bagi pelanggan yang loyal, kebiasaan pelanggan, biaya emosional, dan usaha-usaha kognitif serta resiko finansial, sosial maupun psikologis (Formell, 1992).

Berdasarkan penelitian sebelumnya mengenai hubungan hambatan berpindah dengan loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh Tung, Kuo & Kuo (2011), mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa hambatan berpindah terutama dimensi *interpersonal relationship* memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas pelanggan. Hubungan interpersonal antara karyawan dengan pelanggan merupakan salah satu hal yang dianggap penting dan dapat menjadi hambatan pelanggan untuk berpindah ke produk/jasa lain. Jika hubungan interpersonal antara pelanggan dengan karyawan buruk maka pelanggan tidak akan mungkin akan menunjukkan loyalitas untuk kedepannya dengan perusahaan tersebut dan bahkan dapat membuat pelanggan pindah ke produk/jasa lain yang dianggap memberikan kenyamanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Selanjutnya, pada penelitian yang dilakukan oleh Varshney (2016) juga menunjukkan bahwa hambatan berpindah memiliki hasil yang positif dengan loyalitas pelanggan dan dianggap dapat mempengaruhi loyalitas konsumen karena hambatan yang dirasakan oleh konsumen tidak hanya berdasarkan pada pertimbangan harga, melainkan juga dengan faktor psikologis, sosial dan fungsional.

Selain hambatan berpindah, komitmen pelanggan pun dapat menjadi mediasi antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan (Beatson, 2006). Komitmen ini merupakan dasar pelanggan berkeinginan menggunakan suatu produk/jasa dalam waktu yang lama (Al-Msallam & Alhaddad, 2016). Pada

Rina Tri Yuningsih, 2018

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI
BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

penelitian yang dilakukan oleh Patrick, Chenuos, Koskei, Kenyoru & Tuwey, (2014) menyebutkan jika komitmen memiliki peran menstabilkan perilaku dan menjadi komponen penting dalam loyalitas jangka panjang. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Beatson, Coote, & Rudd (2006) pun menyebutkan jika komitmen digambarkan sebagai konstruk sikap yang akan mempengaruhi loyalitas sehingga ketika pelanggan telah merasa akan komitmen dengan suatu produk/jasa, maka akan saling berhubungan dengan sikap loyalitas pelanggan dengan melakukan pembelian kembali produk atau layanan yang telah konsumen pilih untuk dijadikan komitmen.

Dengan demikian berdasarkan penjabaran di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Kepuasan Pelanggan, Hambatan Berpindah, Komitmen Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Hotel di Bandung”. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini merupakan jenis payung penelitian dengan jumlah 8 variabel. Yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian payung yang lainnya adalah kepuasan pelanggan yang dijadikan variabel *independent* dengan mediasi hambatan berpindah dan komitmen pelanggan, selain itu penelitian ini juga lebih fokus kepada konsumen Hotelnya, karena rata-rata penelitian mengenai kepuasan pelanggan, hambatan berpindah, komitmen pelanggan dan loyalitas pelanggan ini biasanya hanya fokus kepada satu brand atau satu hotel saja, sedangkan peneliti melakukan penelitian secara umum kepada konsumen Hotelnya. Dan juga belum ada di Indonesia penelitian yang menggunakan ke-empat variabel ini secara bersamaan, oleh karena itulah peneliti merasa tertarik untuk menggunakan ke-empat variabel tersebut terhadap konsumen Hotel di Bandung.

B. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Rina Tri Yuningsih, 2018

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI
BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui hambatan berpindah dan komitmen pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu untuk mengidentifikasi:

1. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui hambatan berpindah dan komitmen pelanggan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri maupun bagi para pembaca atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. Manfaat yang diharapkan dapat diberikan melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu psikologi industri dan organisasi mengenai kepuasan pelanggan, hambatan berpindah, komitmen pelanggan dan loyalitas pelanggan pada konsumen hotel serta diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memang belum banyak dilakukan oleh calon sarjana psikologi.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pihak hotel-hotel yang berada di kota Bandung untuk dapat mengetahui pentingnya kepuasan pelanggan, hambatan berpindah dan komitmen pelanggan untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap hotelnya.

Rina Tri Yuningsih, 2018

*KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI
BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

Rina Tri Yuningsih, 2018

*KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI
BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu