

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian pada masa kini, lebih mengarah kepada ekonomi global, dunia usaha di Indonesia tidak dapat menghindari dari pengaruh era globalisasi. Dalam era globalisasi tingkat ketergantungan dan pengaruh antar negara semakin meningkat. Globalisasi juga memberikan dampak yang cukup luas hampir keseluruhan aspek kehidupan masyarakat mulai dari perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, hingga informasi yang akan mendorong terjadinya perdagangan bebas.

Dalam menghadapi persaingan bebas pasar-pasar modern dalam era globalisasi, setiap pasar tradisional dituntut dalam bersaing dengan pasar-pasar modern yang berkembang. Dengan pertumbuhan pasar ritel modern di Indonesia mendorong terjadinya persaingan ketat sehingga para retailer harus menetapkan strategi pemasaran yang tepat dalam menciptakan kepuasan konsumen untuk mewujudkan loyalitas pelanggan dengan teknik meningkatkan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. (Tjiptono, 2014). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui sebagai cara untuk membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan.. Kualitas pelayanan yang meliputi dimensi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya yang terletak di Jl. Jemur Andayani No.55, berdiri pada tanggal 30 Mei 1978 merupakan salah satu bentuk kerja sama dari kaum ibu yang bertumbuh dari kelompok arisan berjumlah tiga puluh lima (35) orang dan berkembang menjadi koperasi simpan pinjam yang besar dengan anggota aktif tiga belas ribu (13.000) orang hingga sekarang yang terbagi dalam 446 kelompok.

Selain menjadi kebanggaan koperasi wanita Indonesia, juga sebagai organisasi yang handal dan tangguh dengan dukungan sumber daya manusia yang professional serta penerapan sistem tanggung renteng yang efektif melalui pemberdayaan anggota sehingga dapat meningkatkan ekonomi anggota.

Perkembangan koperasi ini cukup alamiah dengan modal semangat ketekunan, kejujuran dan saling percaya antara anggota dan kelompok sehingga menjadi suatu organisasi yang mempunyai satu keinginan melalui simpan pinjam.

Kualitas pelayanan di koperasi wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya menjadi titik sentral bagi anggota koperasi, karena dengan pelayanan yang memadai berupa dimensi bukti fisik/*tangible*, yang meliputi fasilitas fisik, sarana transaksi, sarana komunikasi, dan tata letak kantor, dimensi kehandalan/*reliability* yang meliputi kemampuan koperasi memberikan pelayanan yang cepat, dimensi daya tanggap/*responsiveness* yang meliputi kesediaan karyawan koperasi untuk membantu anggota, dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi jaminan/*assurance* yang meliputi kesetiaan para karyawan, kemampuan dan penampilan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan para anggota, dimensi empati/*emphaty* yang meliputi kesabaran, dan kemampuan untuk menerima komplain dari anggota dan perhatian secara pribadi yang diberikan

kepada anggota koperasi, dalam hal kepuasan anggota dapat tercapai dan loyalitas anggota semakin meningkat.

Membangun loyalitas anggota tidak dapat begitu saja diraih, tetapi memerlukan proses panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan guna meyakinkan pelanggan bahwa Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya merupakan Koperasi yang handal dan terbaik bagi anggota.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka sangat menarik untuk menjadikan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya sebagai obyek pengamatan dalam pembuatan skripsi ini yang berjudul

“Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya”.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana signifikansi pengaruh dimensi Kualitas Pelayanan yang meliputi bukti fisik/*tangible* (X1), kehandalan/*reliability* (X2), daya tanggap/*responsiveness* (X3), jaminan/*assurance* (X4) dan empati/*emphaty* (X5) terhadap loyalitas anggota secara simultan dan parsial pada Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya?
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas anggota Koperasi Wanita Setia Bhakti Surabaya?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik/*tangbile* (X1), kehandalan/*reliability* (X2),

daya tanggap/ *responsiveness* (X3), jaminan/*assurance* (X4), empati/*emphaty* (X5) terhadap loyalitas anggota secara simultan dan parsial pada Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya.

- b. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas anggota Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya.

2. Manfaat Penelitian

a. Peneliti

Untuk mengetahui, mengembangkan wawasan dan mengetahui penerapan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas anggota pada koperasi.

b. Bagi Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya.

Dapat memberikan gambaran informasi yang berguna bagi koperasi dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan loyalitas anggota.

c. Bagi Universitas Katolik Widya Karya Malang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan bahan referensi skripsi bagi Universitas dalam ilmu manajemen pemasaran, mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota.

d. Bagi Pihak Lain

Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau acuan bagi peneliti berikutnya dan menindaklanjuti dengan penelitian yang baru.