

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Jasa layanan kolam renang merupakan salah satu sektor yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gaya hidup sehat dan rekreasi. Kolam renang tidak hanya digunakan sebagai fasilitas olahraga, tetapi juga sebagai sarana hiburan yang banyak diminati oleh berbagai kalangan, baik individu, keluarga, maupun perusahaan yang menyediakan fasilitas olahraga dan rekreasi. Di kota-kota besar seperti Surakarta, permintaan terhadap fasilitas kolam renang semakin meningkat, baik untuk kepentingan pribadi maupun komersial.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa layanan kolam renang adalah Mr. Water Treatment, yang menawarkan berbagai layanan terkait perawatan dan pengelolaan kolam renang, mulai dari pembersihan, pengolahan air, hingga perawatan berkala. Mr. Water Treatment adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa kebersihan kolam renang yang berdiri pada tahun 2021. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini berfokus pada menyediakan layanan kebersihan kolam renang untuk individu dan perusahaan yang memiliki kolam renang, dengan tujuan untuk menjaga kualitas air dan kebersihan kolam renang secara rutin dan profesional.

Namun, seiring berjalananya waktu, fenomena yang menarik muncul terkait dengan citra perusahaan, responsivitas layanan, dan tingkat kepuasan pelanggan. Sebagai perusahaan yang masih relatif baru, . Mr. Water

Treatment menghadapi tantangan dalam membangun citra positif di mata pelanggan dan menciptakan kepercayaan yang berkelanjutan. Hal ini sangat penting mengingat perusahaan bergerak di sektor yang membutuhkan kepercayaan tinggi dari pelanggan, terutama karena layanan yang diberikan berhubungan langsung dengan kebersihan dan kesehatan. Selain itu, responsivitas terhadap permintaan dan keluhan pelanggan menjadi hal yang sangat krusial. Proses penanganan permintaan layanan, waktu tanggap terhadap keluhan, serta kualitas komunikasi dengan pelanggan adalah faktor-faktor yang menentukan bagaimana perusahaan dipersepsi oleh pelanggan. Apabila perusahaan tidak mampu memenuhi harapan pelanggan dalam hal ini, citra perusahaan dapat terpengaruh negatif, yang pada gilirannya dapat berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah indikator utama yang menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam konteks Mr. Water Treatment, kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan, ketepatan waktu, keandalan, serta hasil akhir dari pekerjaan kebersihan kolam renang yang dilakukan. Jika tingkat kepuasan pelanggan tidak tercapai, pelanggan dapat beralih ke kompetitor, yang tentu saja akan mempengaruhi kinerja dan pertumbuhan perusahaan.

Dengan mempertimbangkan pentingnya membangun citra perusahaan yang positif, meningkatkan responsivitas terhadap pelanggan, dan memastikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, Mr. Water Treatment perlu mengevaluasi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi

ketiga aspek tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena yang terjadi seputar citra perusahaan, responsivitas layanan, dan kepuasan pelanggan, guna memberikan rekomendasi yang dapat memperbaiki dan mengoptimalkan kinerja perusahaan di masa depan.

Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan. Citra perusahaan menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam menciptakan kepercayaan dan keterikatan pelanggan, namun bagaimana citra perusahaan memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks jasa kolam renang belum banyak dibahas dalam literatur. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi seberapa besar peran citra perusahaan dalam membangun loyalitas pelanggan di sektor ini. Responsivitas Layanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas. Responsivitas layanan, yang mengukur seberapa cepat dan efektif perusahaan merespons keluhan dan permintaan pelanggan, masih jarang dijadikan fokus utama dalam penelitian tentang industri kolam renang. Banyak penelitian lebih menitikberatkan pada aspek kualitas layanan secara umum, sementara responsivitas layanan merupakan aspek yang sangat krusial dalam sektor jasa yang berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan.

Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas. Kepuasan pelanggan telah lama diakui sebagai faktor utama dalam meningkatkan loyalitas, tetapi masih terdapat perdebatan mengenai dimensi-dimensi kepuasan yang paling berpengaruh di sektor jasa tertentu. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dimensi kepuasan yang paling relevan dalam jasa layanan kolam renang, serta bagaimana kepuasan tersebut memengaruhi loyalitas

jangka panjang. Penelitian yang dilakukan di Surakarta sebagai lokasi studi masih terbatas. Mengingat karakteristik demografis dan budaya pelanggan yang spesifik, penelitian di Surakarta akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam industri jasa kolam renang di kota tersebut. Dengan adanya gap ini, penelitian tentang pengaruh citra perusahaan, responsivitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa Mr. Water Treatment di Surakarta menjadi sangat relevan untuk dilakukan. Penelitian ini tidak hanya dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur tentang loyalitas pelanggan, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi manajemen perusahaan dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan dan pengelolaan hubungan pelanggan yang lebih baik.

Dari latar belakang tersebut maka dalam penelitian ini mengambil judul “Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Responsivitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Mr.Water Treatment di Surakarta”

## **B. Perumusan Masalah dan Batasan Masalah**

### **1. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Mr.Water Treatment di Surakarta?

- b. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan Responsivitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Mr.Water Treatment di Surakarta?
- c. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Mr.Water Treatment di Surakarta?

## 2. Batasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu luas dan jelas batasannya yang akan diteliti. Adapun pembahasan masalah penelitian ini sebagai berikut ;

- a. Penelitian ini bersifat statistik kuantitatif dengan menganalisis berdasarkan data kuesioner pada pelanggan yang ditentukan
- b. Variabel yang dianalisis untuk mengetahui loyalitas konsumen adalah Citra Perusahaan , Responsivitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan .

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Mr.Water Treatment di Surakarta.
- b. Mengetahui pengaruh Responsivitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Mr.Water Treatment di Surakarta.
- c. Mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Mr.Water Treatment di Surakarta.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi Perusahaan Mr.Water Treatment di Surakarta.

### b. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan literatur dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya Program studi Ekonomi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AUB Surakarta, dan sebagai bahan acuan penelitian lebih lanjut.