

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam dunia bisnis perkembangan jaman memang sangat berpengaruh besar, sehingga muncul banyak persaingan dari beberapa perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan serta memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Berbagai cara dilakukan untuk mencapai tujuan dalam berbisnis, misalnya melalui penyediaan produk-produk yang dibutuhkan masyarakat, penyediaan layanan jasa dan lain sebagainya. Selain itu pelayanan juga dibutuhkan dalam menjalankan bisnis karena pelayanan memiliki peranan penting dalam menunjukkan suatu kualitas bisnis.

Ketertarikan pelanggan terhadap setiap perusahaan bukan hanya dilihat dari penyediaan produk tetapi juga adanya pelayanan yang berkualitas. Pelayanan harus disediakan untuk memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan dalam bertransaksi bisnis. Kebutuhan dan harapan pelanggan dalam memperoleh layanan yang diinginkan, menuntut suatu perusahaan untuk memenuhinya dengan cara terbaik. Adanya kualitas pelayanan yang baik menjadi satu keberuntungan tersendiri yang diharapkan oleh pelanggan, dengan kata lain keputusan antara bertransaksi atau tidak, pelanggan akan tetap memperoleh pelayanan yang memuaskan.

Menurut Lupioadi (2006: 192) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan. Sedangkan menurut Rangkuti (2006: 30) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Sehingga dapat disimpulkan kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja barang atau jasa yang diterima dan yang diharapkan masyarakat. Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterima dari sebuah pelayanan. Menurut Irawan (2008:37) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya dan kemudahan.

Setiap perusahaan ataupun instansi bisnis selalu ingin mengoptimalkan penyediaan kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas yang sesuai dengan pelayanan prima untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Tetapi hal-hal tersebut tidak akan bisa berjalan secara lancar tanpa adanya sumber daya manusia yang memadai serta sarana pendukungnya. Sumber daya manusia sendiri dibentuk untuk mengembangkan perusahaan dalam mencapai visi, misi, dan tujuan. Sumber daya manusia ini masing-masing mempunyai tugas tersendiri yang bergerak di bidang yang telah menjadi tanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan ke pelanggan

akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku pelanggan dan calon pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan lain.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting dan sering dikatakan sebagai proses lanjut dari kepuasan pelanggan. Kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan oleh karyawan merupakan sebagian dari pelayanan yang disesuaikan dengan standar pelayanan yang telah ditentukan. Pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan ini sifatnya sangatlah personal karena melibatkan beberapa orang sebagai pemberi layanan sesuai dengan tugasnya yang dimilikinya dan penerima layanan. Kualitas pelayanan dalam konsep pelayanan prima merupakan tindakan yang diberikan perusahaan melalui karyawan untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan baik dan harmonis dengan para pelanggan.

Tjiptono (1997: 22) memaparkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dari uraian definisi di atas dapat diketahui bahwa produk bukan hanya sesuatu yang berwujud (*tangible*) seperti makanan, pakaian, buku dan sebagainya, akan tetapi produk juga merupakan sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*) seperti pelayanan jasa.

Konsumen bukan hanya membeli produk itu sendiri, tetapi pada inti yang sebenarnya konsumen membeli manfaat (*benefit*) dari produk yang bersangkutan. Jadi perusahaan yang bijak akan menjual manfaat produk sekaligus produk itu sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Menurut Resty (2013) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Selain faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk, fasilitas juga memiliki peranan penting dalam menambah kenyamanan pelanggan. Adanya kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas akan mempengaruhi citra dari perusahaan di mata pelanggan. Bentuk dari adanya kepuasan pelanggan adalah apa yang didapat oleh pelanggan dari perusahaan melebihi harapan pelanggan. Dan ketika pelanggan merasa puas dengan apa yang didapat maka *feedback* yang diperoleh adalah suatu kepercayaan, persepsi positif dan kesetiaan pelanggan dalam menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Industri ritel merupakan badan usaha yang bergerak di bidang penjualan barang atau jasa, dimana terus berubah seiring dengan

perkembangan teknologi, perkembangan dunia usaha, dan tentunya kebutuhan masyarakat. Menurut Berman dan Evans (2001:3) “retail consist of the business activities involved in selling goods and services to consumers for their personal, family, or household use” artinya bahwa industri ritel merupakan kegiatan bisnis yang terlibat dalam penjualan barang maupun jasa kepada konsumen untuk kebutuhan pribadi, kebutuhan keluarga, atau kebutuhan rumah tangga. Dan untuk mendapatkan banyak pelanggan mereka harus bersaing dengan menggunakan strategi yang akan menarik pelanggan.

Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta salah satu dari sekian banyak bisnis industri ritel. Toko Buku Gramedia bekerjasama dengan para penerbit dalam menyediakan berbagai macam buku yang menjadi kebutuhan pelanggan. Industri ritel semacam ini tidak hanya Toko Buku Gramedia saja namun masih banyak lainnya dimana sama-sama menyediakan kebutuhan peralatan alat tulis lainnya untuk masyarakat hanya saja dengan strategi pelayanan yang berbeda-beda. Berbagai kebutuhan akan peralatan alat tulis dan buku tersedia untuk pelanggan, macam-macam buku mata pelajaran untuk SD, SMP, SMA dan SMK, kamus, novel, buku belajar menggambar, menulis, membaca, mewarnai untuk anak-anak. Buku tentang agama, komputer, internet, bisnis, akuntansi, ekonomi, dan manajemen. Buku tentang humor, peternakan, pendidikan, fotografi, desain, kesehatan dan masih banyak yang lainnya dengan berbagai harga serta mutu yang ditawarkan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet

Riyadi, terdapat beberapa permasalahan yang dijumpai yaitu kurangnya respon karyawan sehingga terdapat pelanggan yang menunggu terlalu lama ketika pelanggan tersebut meminta pertolongan kepada karyawan untuk mencarikan buku yang dibutuhkan, sehingga ada sebagian pelanggan yang membatalkan untuk mencari buku tersebut namun ada yang juga bersedia menunggu. Kemudian ada lagi permasalahan yaitu kesalahpahaman antara pelanggan dengan karyawan, dimana pelanggan kurang bisa menangkap informasi yang disampaikan oleh karyawan, sehingga pelanggan merasa kecewa dengan informasi yang didapatkannya. Permasalahan lain yang dijumpai peneliti yaitu terdapat beberapa buku yang tidak tertata rapi dan masih terdapat buku-buku yang tidak sesuai dengan kategorinya, sehingga pelanggan merasa terganggu dalam mencari buku yang diinginkannya. Selain itu jumlah tempat duduk yang terbatas, sehingga beberapa pelanggan duduk di lantai ketika membaca buku dan menyebabkan pelanggan lainnya merasa terganggu ketika mencari buku yang diinginkan.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan peneliti terhadap Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO BUKU GRAMEDIA SLAMET RIYADI SURAKARTA”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan tinjauan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas terhadap terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dari penelitian ini bisa dirumuskan ke dalam manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Dapat menjadi bahan bagi peneliti selanjutnya mengenai pelayanan prima di lingkungan industri.

b. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan

Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk mengembangkan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen pada khususnya.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi perusahaan

Sebagai masukan atau sumbangan pemikiran dan sumber informasi bagi Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta dalam hal peningkatan kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas terhadap pelanggan.

b. Bagi Karyawan

Untuk mengetahui masalah-masalah apa saja yang terjadi selama memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan landasan teoritis atau teori-teori pendukung yang menjadi landasan penulisan skripsi, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis dan sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, metode dan alat analisis data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan disertai pembuktian hipotesis penelitian. Selanjutnya, pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dari skripsi yang berisi kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis dan menjelaskan keterbatasan dan saran untuk penelitian yang akan datang.