

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semua manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, tetapi dikarenakan budaya pada daerah satu dan daerah lain berbeda-beda, maka kebutuhan yang tersebut menjadi berbeda. Dalam kehidupannya, manusia dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhannya, dengan barang-barang yang ada disekelilingnya. Teori hierarki yang dikemukakan oleh Abraham Maslow tentang kebutuhan manusia, yaitu kebutuhan fisiologis atau kebutuhan dasar, kebutuhan manusia akan kehidupan yang aman dan tenang, kebutuhan untuk saling mendapatkan rasa cinta dan rasa sayang, kebutuhan untuk dihargai sesama manusia, dan kebutuhan untuk aktualisasi diri. Dari beberapa hierarki tersebut, kebutuhan fisiologis atau kebutuhan dasar manusia merupakan kebutuhan yang paling kuat dan paling jelas untuk mempertahankan dan keberlangsungan kehidupan manusia. Kebutuhan fisiologis pada layaknya bersifat kebutuhan manusia akan makan, pakaian, dan tempat tinggal.

Iklm kompetisi fashion dalam dunia perdagangan fashion saat ini semakin ketat, dari faktor perubahan lingkungan yang semakin pesat sangat mendukung kompetisi dunia perdagangan yang terjadi di era saat ini. Menurut Dick dan Basu (1994), salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dapat dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran

(Siregar, 2004). Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan (Caruana, 2002).

Menurut Castro dan Amario (1999), loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tapi juga dapat menarik pelanggan baru (Beerli, A., Martin, J.D., & Quintana, A. 2004). Menurut Reichheld dan Sasser (1990), loyalitas pelanggan memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis (Beerli dkk, 2004).

Kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan merupakan salah satu kunci penting dalam membentuk sifat loyal pelanggan. Banyak manfaat yang didapatkan oleh perusahaan dengan terbentuknya rasa puas pelanggan yang besar, yaitu selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi biaya sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektifitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang lebih sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti complain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikuti loyalitas konsumen (Elu, 2005). Kepuasan pelanggan dapat menjadi tolak ukur yang sangat penting untuk terus dapat melanjutkan bisnis yang berkelanjutan. Kepuasan pelanggan bukan saja berharga dimasa ekonomi baik, tetapi juga di saat ekonomi buruk (Lestari, 2009).

Menurut Schnaars (dalam Tjiptono, 1997) tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan kompeten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat (Tjiptono, 1996:78), seperti;

1. Hubungan perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mount*) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Persaingan perusahaan retail saat ini sangatlah ketat, hal ini memicu kepada para pemilik retail terkhusus department store untuk meningkatkan startegi guna merebut pangsa pasar dan menarik daya beli pelanggan. Department store merupakan salah satu retail yang berupaya untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan, menyediakan berbagai barang brand image yang terkenal dan bagus, hingga mengadakan promosi berupa diskon untuk menarik yada beli pelanggan.

PT. Matahari Department Store merupakan perusahaan retail terbesar yang ada di Indonesia,yang memiliki gerai sebanyak 155 yang tersebar di 74 kota diseluruh Indonesia, yang memiliki sekitar 850 pemasok baik itu brand

lokal maupun brand luar negeri. Beberapa retail PT. Matahari Department Store terdapat di kota Surakarta, diantaranya yang terdapat di Solo Square Mall, Solo Grand Mall, dan Solo Paragon Mall. PT Matahari Department Store banyak menyediakan fasilitas umum bagi para pengunjung, diantaranya dengan kemudahan bertransaksi, mengadakan cuci Gudang serta memberikan diskon sehingga dapat menarik minat belanja bagi pengunjung Matahari Department Store.

Matahari Department Store merupakan sebuah perusahaan retail yang menjual berbagai kebutuhan barang dan jasa bagi konsumen untuk kegunaan sehari-hari, baik itu yang bersifat pribadi, keluarga, dan rumah tangga. Matahari Department Store menyediakan berbagai macam model pakaian, warna, corak, merek, dengan kualitas terbaik. Di dalam menghadapi persaingan di bisnis retail yang semakin marak saat ini, Matahari Department Store melakukan peningkatan mutu, baik dari segi produk yang ditawarkan, jasa yang digunakan, serta pelayanan yang diberikan, dengan tujuan supaya pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain, sehingga mereka akan merasa bahwa mendapatkan apa yang diharapkan dan akan loyal terhadap perusahaan tersebut.

Service quality merupakan penilaian pelanggan terhadap proses penyediaan jasa. Dengan demikian pengevaluasian service quality berarti mengevaluasi proses produksi jasa (Bates dan Hoffman,1999). Menurut tjiptono (2005) service quality yaitu upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan

pelanggan. Untuk melakukan evaluasi tersebut, Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009) mengungkapkan ada lima faktor dominan atau penentu kualitas layanan jasa, yaitu:

- *Tangible*, yaitu bentuk dan penampilan fisik fasilitas yang disediakan, pegawai, peralatan, dan property yang digunakan. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang diterima konsumen. Seperti layout yang baik, penataan barang yang rapi, karyawan yang menggunakan seragam, tersedianya kamar pass, dan fasilitas-fasilitas yang lain.
- *Reliability*, yaitu kemampuan pegawai atau kehandalan serta manajemen untuk memberikan jasa yang diinginkan oleh konsumen secara tepat dan akurat. Dimensi ini meliputi ketersediaan stok barang, penyelesaian masalah yang muncul serta penentuan harga yang jelas.
- *Responsiveness*, yaitu sikap sigap dan cepat atau daya tanggap yang dilakukan oleh pegawai untuk membantu konsumen yang membutuhkan bantuan. Dimensi ini berhubungan dengan permintaan barang yang diinginkan oleh konsumen, pertanyaan yang diajukan oleh konsumen, serta keluhan, masukan, dan saran yang diberikan oleh konsumen.
- *Assurance*, yaitu jaminan, serta kemampuan karyawan untuk memberikan rasa percaya dan yakin kepada konsumen. Dimensi ini sangat penting pada layanan jasa yang memerlukan tingkat

kepercayaan yang sangat tinggi dimana konsumen akan merasa sangat aman .

- *Emphaty*, yaitu kepedulian, dan perhatian yang diberikan karyawan kepada konsumen. Dimensi ini menunjukkan kepada konsumen melalui layanan yang diberikan bahwa konsumen dianggap sangat special, dan kebutuhan konsumen dapat dipahami oleh karyawan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mengenai tentang **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MATAHARI DEPATRTMENT STORE DI KOTA SURAKARTA”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah dijabarkan dalam latar belakang masalah diatas, penenelitian difokuskan untuk masalah yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan pada konsumen Matahari Department Store, dan faktor-faktor kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor-faktor diantara lain yait faktor *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*. Sehingga muncullah beberapa perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?
2. Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?
3. Apakah sikap tanggap karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?
4. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?
5. Apakah kepedulian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?
2. Untuk menganalisis pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?
3. Untuk menganalisis pengaruh sikap tanggap karyawan terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?
4. Untuk menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?

5. Untuk menganalisis pengaruh kepedulian karyawan terhadap kepuasan pelanggan Matahari Dept. Store?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta wawasan dalam ilmu manajemen, terkhusus pemasaran. Membahas tentang kualitas layanan, loyalitas pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang terdapat di Matahari Department Store dikota Surakarta.

2. Mafaat praktis.

- a) Bagi Penulis

Penelitian ini ditujukan untuk praktek langsung dari semua ilmu yang didapatkan dibangku perkuliahan, dan untuk menambah kajian ilmu manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

- b) Bagi Perusahaan

Penelitian yang diharapkan untuk memberikan informasi terkait dengan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang lebih lanjut yang sudah diterapkan oleh Matahari Department Store, sehingga dapat menjadi masukan berarti untuk Matahari Department Store.

c) Bagi Pembaca dan Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pembaca dan peneliti dimasa yang akan datang untuk referensi dan analisis yang berhubungan dengan tingkat keputusan pelanggan, serta dapat menjadi wawasan dalam ilmu pengetahuan manajemen pemasaran.

E. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini akan dijelaskan bagian-bagian penulisan skripsi ini, dengan penjabaran sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini merupakan bagian awal mula skripsi, yang memberikan gambaran tentang latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu dan hipotesis. Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan teoritis dari beberapa variabel yang diteliti, hipotesis serta kerangka konseptual. (belum clear).

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab tiga berisi tentang penjelasan mengenai berbagai teori metode atau cara melakukan penelitian ini. Pada bab tiga ini terdiri dari

kerangka konseptual, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel dan metode analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat merupakan bab yang menjelaskan tentang hasil yang diperoleh dari penelitian, yang kemudian akan dibahas lebih rinci dan mendalam.

5. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab lima merupakan bagian bab penutup dari penulisan skripsi ini. Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Pada bagian kesimpulan ini merupakan penjelasan inti dari hasil penelitian, sedangkan bagian saran merupakan penjelasan anjuran atau pandangan penulis untuk hasil penelitian skripsi ini.