

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berjalannya waktu, persaingan dalam dunia bisnis pun semakin ketat. Persaingan bisnis dalam perkembangan di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian (Yoestini dan Rahma, 2007). 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.

Bagi perusahaan pemasaran sangat penting karena aktivitas pemasaran bertujuan untuk menciptakan, menawarkan, dan melakukan pertukaran produk, yang memungkinkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk sehingga perusahaan diharapkan mampu menciptakan nilai bagi pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2012: 5) “Pemasaran adalah proses masyarakat oleh dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menawarkan, dan secara bebas bertukar produk dan

layanan yang bernilai dengan orang lain ”. Sedangkan menurut Jhon D. Millet (2012: 17) “Manajemen adalah proses dari mengarahkan dan memfasilitasi pekerjaan orang yang diorganisir dalam kelompok formal untuk mencapai tujuan yang diinginkan. ” Selain itu, menurut Daryanto (2011: 1) pemasaran adalah suatu 19 proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai.

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 mendapatkan 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. Menurut Goetsch dan Davis (1994) yang dikutip oleh Tjiptono (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan

dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2007). 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.

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. Kotler et al, (2000 : 30) mengatakan “Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan

atau tersirat” artinya kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atau sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri. Dalam menentukan kualitas suatu produk, konsumen berperan penting karena konsumen adalah orang yang menerima hasil pekerjaan atau produk maka merekalah yang dapat menentukan kualitas produk dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka. Kotler (2000 : p.49) mengatakan bahwa suatu perusahaan dikatakan telah memberikan kualitas produk yang baik jika produk yang ditawarkan memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis. Konsumen merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Untuk menciptakan kepuasan dalam benak konsumen, perusahaan harus mengetahui apa yang diharapkan oleh konsumennya. Kepuasan konsumen masih bersifat abstrak. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan 3 terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192), mengutip Kotler (1997) menyatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang di terima dan diharapkan.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua faktor, yakni harapan konsumen akan kinerja sebuah produk/jasa, dan kenyataan yang mereka terima setelah mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas jika kinerja produk/jasa sama atau bahkan melebihi harapan semula. Sebaliknya, konsumen akan tidak puas jika kinerja produk/jasa tidak sesuai dengan harapannya. Menurut Kotler dan Amstrong (2004:10) kepuasan konsumen adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas atau merasa amat gembira.

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. Menurut Sulastiyono (2011:98), fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada tamu dalam melaksanakan aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya.

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 Adventure Biru Outdoor Purwodadi adalah salah satu dari sekian banyak bisnis industri ritel. Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi bekerjasama dengan para perusahaan lifestyle dalam menyediakan berbagai macam produk yang menjadi kebutuhan pelanggan. Industri ritel semacam ini tidak hanya Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi saja namun masih banyak lainnya dimana sama-sama menyediakan kebutuhan lifestyle untuk masyarakat hanya saja dengan strategi pelayanan yang berbeda-beda. Peralatan alam bebas (*outdoor*) telah menjadi kebutuhan bagi sebagian masyarakat, meningkatnya aktivitas ke alam bebas berbanding lurus dengan meningkatnya permintaan (*demand*) produk peralatan outdoor. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi, 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 peralatan outdoor yang dibutuhkan, sehingga ada sebagian pelanggan yang membatalkan untuk mencari barang tersebut namun ada yang juga bersedia menunggu. Kemudian ada lagi permasalahan yaitu kesalahan pemahaman 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 barang-barang yang tidak tertata rapi sehingga pelanggan merasa terganggu dalam mencari barang yang diinginkannya. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan peneliti terhadap Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO ADVENTURE BIRU OUTDOOR PURWODADI”**

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 signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi?
3. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi?

4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi.
3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap terhadap kepuasan pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas terhadap terhadap kepuasan pelanggan Toko Adventure Biru Outdoor Purwodadi.

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 dilingkungan 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.

c. Manfaat Praktisi

a. Bagi perusahaan

Sebagai masukan atau sumbangan pemikiran dan sumber informasi bagi Adventure Biru Outdoor Purwodadi 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 : ANALISIS 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.