

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang masalah**

Dewasa ini dalam perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat baik dalam lingkup nasional maupun internasional persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat pula, dengan adanya situasi persaingan tersebut telah menyebabkan perusahaan-perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Berbagai kondisi dan perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis meningkatkan persaingan. Hal ini membuat banyak perusahaan harus bersaing dengan cara-cara yang berbeda untuk mencapai daya saing yang strategis dan menghasilkan keuntungan yang maksimal. Beberapa bentuk perubahan yang mewarnai lingkungan dan mentransformasikan dunia industri diantaranya adalah dalam pemanfaatan teknologi baru, pendekatan strategis dalam kerangka manajerial yang baru serta fenomena yang lainnya dalam konsolidasi industri untuk memenuhi skala ekonomi tertentu agar dapat bertahan di persaingan global.

Dalam melakukan terobosan dan berbagai alternatif untuk tetap bertahan dalam lingkungan dan persaingan global, maka dari itu alternatif yang lebih baik adalah perlunya melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pasar yang sudah ada melalui usaha meningkatkan kepuasan pelanggan serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan. Setiap lembaga keuangan dituntut untuk memberikan pelayanan semaksimal mungkin di mana kebutuhan konsumen semakin berkembang dan menginginkan segala proses bisa dilakukukan dengan mudah dan cepat. Perusahaan harus berupaya menghasilkan

dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan, fasilitas yang menunjang, yang mana hal tersebut akan membentuk rasa kepuasan konsumen.

Pada era sekarang ini, banyak perusahaan menyadari bahwa orientasi pada jumlah penjualan sangat tinggi tidak dapat memberikan jawaban atau pemecahan secara keseluruhan terhadap usaha-usaha untuk mencapai profit yang diinginkan. Dalam kemajuan teknologi yang sangat cepat dan perubahan-perubahan tingkat kebutuhan yang secara bersamaan, perkembangan tersebut terlihat pada tingkat persaingan yang semakin meningkat diantara perusahaan-perusahaan untuk melayani konsumennya dalam mencapai sasaran yang diinginkan. Perbedaan orientasi pelayanan adalah perusahaan harus lebih memperhatikan cara melayani konsumen dengan baik, untuk dapat memuaskan keinginan konsumen, sehingga dapat tercapai sasaran yang diinginkan perusahaan.

Peranan pelayanan yang dapat menunjang kemajuan usaha bisnis terlihat dari maju atau mundurnya suatu bisnis akan sangat ditentukan oleh keberhasilan perusahaan dalam melayani konsumen dengan baik. Karena pelayanan merupakan suatu hal kegiatan bisnis yang berhubungan langsung dengan konsumen. Pentingnya peranan pelayan yang dimaksud bukan berarti menyampingkan peranan bagian lain dalam bisnis karena seluruh kegiatan merupakan satu kesatuan yang utuh dalam bisnis untuk dapat memperkenalkan produk yang akan dipasarkan. Untuk memasarkan produk suatu perusahaan, selain membenahi faktor-faktor produksi dan pemasaran, tindakan pelayanan sangat berperan di dalamnya, sehingga melalui tindakan pelayanan tujuan yang ingin dicapai dapat sesuai

dengan rencana yaitu memuaskan konsumen. Produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan melayani konsumen dengan sikap yang baik, yang pada tujuannya mendatangkan keuntungan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Dahulu desain interior hanya dikenali sebagai ilmu dalam menghias ruang dalam bangunan. Sejak dahulu manusia telah menata dan menghias ruang dalam tempat tinggal mereka untuk tujuan kenyamanan dan keindahan. Bahkan sejak zaman prasejarah manusia purba telah mulai melukis dinding gua yang menjadi tempat tinggal mereka. Meskipun hal tersebut tidak bisa dikatakan sebagai desain interior, tetapi pemikiran dasar untuk perancangan interior ruang telah dimulai oleh mereka meskipun masih dalam tahapan yang masih sangat sederhana.

Sejarah desain interior berjalan bersamaan dengan pembangunan struktur bangunan. Dalam merancang struktur suatu bangunan dahulu orang sudah merencanakan pula hiasan estetika yang akan mempercantik tampilan struktur bangunan tersebut. Hiasan yang biasa dipergunakan dahulu adalah lukisan dan ukiran, dengan melukis dan mengukir struktur bangunan seperti pada dinding dan pilar maka hiasan ini juga mempercantik tidak hanya untuk eksterior tetapi juga pada bagian interior suatu bangunan yang didirikan.

Dalam perkembangannya desain interior memiliki banyak kaitan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi manusia. Saat ini dengan tuntutan kebutuhan manusia yang semakin beragam, perancangan interior telah berkembang dengan memanfaatkan teknologi terkini. Dengan memanfaatkan teknologi akan semakin mempermudah segala kegiatan manusia yang berlangsung

didalam ruangan. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga banyak berpengaruh terhadap perubahan desain interior masa kini yang lebih mengutamakan pada fungsi selain dari segi estetika interior ruang. Keterbatasan ruang tidak lagi menjadi penghalang untuk melakukan berbagai aktivitas didalamnya, bahkan bisa dikembangkan untuk multifungsi pada satu ruang.

Dengan tingginya persaingan antara penyedia jasa interior maka diperlukan adanya strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang interior harus senantiasa berusaha mewujudkan keinginan konsumen semaksimal mungkin sehingga konsumen tidak hanya merasa puas, tetapi sangat puas. Pada dasarnya, kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan konsumen setelah terjadi proses pembelian, apabila konsumen merasa puas maka ia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama.

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011) Kepuasan pelanggan yang diperoleh dari pengalaman langsung memberikan efek keyakinan yang besar. Oleh karena itu perusahaan yang bergerak dalam bidang interior harus memahami nilai-nilai yang diharapkan konsumen dengan berusaha memenuhi harapan atau ekspektasi tersebut secara semaksimal mungkin.

Menurut Kotler (2009) Terciptanya kepuasan konsumen memberikan manfaat dalam keberhasilan suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa. Upaya untuk mewujudkan kepuasan konsumen secara menyeluruh memang tidak mudah, dikarenakan konsumen yang dihadapi saat ini berbeda dengan konsumen yang

lalu. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi faktor-faktor berikut: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Mengemukakan banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan konsumen mereka, mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dalam mengukur kepuasan konsumen secara teratur. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Pelayanan adalah faktor yang berharga yang dapat memberikan kesan mendalam bagi konsumen. Pelayanan yang prima membuat konsumen akan merasa keberadaannya memang dibutuhkan dan diperhatikan. Seiring dengan perkembangan dunia industri mengakibatkan kebutuhan akan pelayanan di bidang interior juga meningkat. Di Indonesia sendiri khususnya Yogyakarta telah berdiri beberapa perusahaan interior. Nama-nama perusahaan tersebut antara lain: Gurat Ungu, Titimatra Tujutama Dan Blezt Interior Design.

Berdasarkan latar belakang maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “**Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV. H&H Interior Eksterior Architecture Design**”.

## **B. Batasan Masalah**

Batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi lima dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

2. Wilayah dalam penelitian ini dibatasi pada CV. H&H *Interior Eksterior Architecture Design* Jalan Imogiri Timur km 16, Bantul Yogyakarta.
3. Konsumen dibatasi berdasarkan kriteria tertentu yaitu konsumen yang telah menggunakan jasa CV. HNH *Interior Eksterior Architecture Design* Yogyakarta.

### **C. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati baik secara persial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen CV. H&H *Interior Eksterior Architecture Design*.
2. Diantara variable dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalah, daya tanggap, jaminan dan empati manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen CV. H&H Interior Eksterior Architecture Design.

### **D. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati baik secara persial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen CV. H&H *Interior Eksterior Architecture Design*.

2. Untuk mengetahui diantara variable dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalah, daya tanggap, jaminan dan empati manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen CV. H&H Interior Eksterior Architecture Design.

#### **E. Manfaat penelitian**

1. Bagi CV.H&H *Interior Eksterior Design*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan yang bersangkutan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen CV. H&H Interior Eksterior Architecture Design Jalan Imogiri Timur km 16,Bantul Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis untuk meningkatkan dan mengembangkan kemampuan pengetahuan, wawasan serta kemampuan berfikir dalam menulis karya ilmiah tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pihak Lain

Referensi bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan pengembangan penelitian yang sama di masa yang akan datang.

#### **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi

mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini dijelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah dan definisi operasional, tujuan penelitian, manfaat dan kerangka penulisan skripsi.

**BAB II : Landasan Pustaka**

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, hasil penelitian sebelumnya, hipotesa Penelitian dan kerangka pikir penelitian.

**BAB III : Metodologi Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan mengenai lokasi penelitian, sampel dari penelitian, metode sampling yang ditempuh, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan kesulitan – kesulitan yang timbul selama penelitian dan cara pemecahannya.

**BAB IV : Gambaran Umum Perusahaan**

Bab ini berisi gambaran umum sesuai dengan keadaan perusahaan tempat diadakannya penelitian.

**BAB V : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang terpadu.



## **BAB VI : Kesimpulan dan Saran**

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian yang dilakukan dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.