

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk.

Dewasa ini semakin banyak berdirinya perusahaan-perusahaan yang menawarkan berbagai macam pelayanan dan fasilitas lengkap dengan teknologi modern untuk memanjakan konsumen disertai dengan penawaran paket harga yang bervariasi dan kompetitif. Dalam membeli suatu produk atau jasa, seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu kekurangan. Konsumen tidak menginginkan produk atau jasa, yang tidak memenuhi standar mutu. Apa yang menentukan konsumen akan puas, atau tidak puas terhadap suatu pembelian baik itu produk maupun jasa. Kepuasan konsumen adalah fungsi seberapa dekat harapan konsumen atas suatu produk atau jasa dengan mutu yang dirasakan. Konsumen akan merasa tidak puas jika suatu produk atau jasa tidak sesuai harapan, konsumen akan merasa puas jika suatu produk atau jasa sesuai harapan, dan konsumen akan merasa sangat puas jika suatu produk atau jasa melebihi harapan.

Derajat kepentingan kepuasan pasca pembelian menunjukkan bahwa penjual harus mengajukan klaim produk atau jasa yang benar-benar

menggambarkan mutu produk atau jasa yang sebenarnya. Suatu perusahaan dapat dan mengambil langkah-langkah untuk meminimalkan tingkat ketidakpuasan pasca pembelian dengan memberikan kepuasan yang lebih tinggi baik dari produk atau jasa maupun pelayanan yang diberikan. Untuk mendapatkan kepuasan yang lebih tinggi pada saat konsumen melakukan pembelian terhadap produk maupun jasa, maka hal ini biasanya terkait dengan faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pasca pembelian produk maupun jasa tersebut. Faktor-faktor pelayanan tersebut yaitu, yaitu seperti: area parkir, ruang tunggu, cukupnya jumlah karyawan yang melayani konsumen dan juga keandalan karyawan dalam menangani keluhan dan masalah konsumen apabila konsumen mengalami kesulitan (Dian Puji : 2010).

Begitu halnya salah perusahaan konveksi CV.Granada. Dengan berkembangnya yang semakin pesat, maka permasalahan-permasalahan yang dihadapi selalu timbul. Permasalahan yang terjadi adalah guna menghadapi persaingan maka perusahaan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan melalui indikator variabel kualitas pelayanan dalam usaha meningkatkan keputusan nasabah. Hal yang melatar belakang permasalahan adalah guna menghadapi persaingan di dunia usaha, maka perusahaan tersebut terus meningkatkan kualitas pelayanan. Hal itu terbukti dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan, seperti, sarana komunikasi, kemudahan prosedur, serta pelayanan yang memuaskan oleh karyawan sehingga tercipta kepuasan sendiri bagi konsumen.

Maka hal utama yang diprioritaskan oleh pihak perusahaan tersebut maka kepuasan pelanggan atau konsumen agar dapat bertahan, dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Selaku pimpinan sebuah perusahaan harus mengetahui hal yang dianggap penting oleh para konsumen dan berusaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah variabel kualitas pelayanan bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empaty*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Granada baik secara simultan atau parsial.
2. Faktor manakah paling dominan pada kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV Granada.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis sehubungan dengan masalah yang telah dirumuskan diatas, penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan

(*assurance*) dan empati (*empaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV Granada.

2. Untuk mengetahui pengaruh secara Parsial variabel bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV Granada.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai penjelasan dan informasi bagi perusahaan dalam mengetahui tingkat pelayanan yang berhubungan bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empaty*) dalam memenuhi tuntutan kepuasan konsumen.
2. Sebagai bahan informasi perusahaan dalam menerapkan strategi ke depan dalam mencapai tujuan untuk kepuasan konsumen .
3. Digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan penelitiannya untuk selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, maka dibuat rancangan penulisan yang mana dalam penelitian ini terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan yaitu tentang kepuasan konsumen, teori yang mempengaruhi kualitas pelayanan suatu perusahaan. Selain itu juga memuat hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan diuraikan tentang populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, sumber data dan data, variabel – variabel penelitian dan metode pengumpulan data, metode analisa data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan menguraikan tentang sejarah umum perusahaan baik yang berkaitan tentang keberadaan perusahaan CV Granada.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian serta menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran – saran yang diberikan berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan sebelumnya.