

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis ekonomi yang kini masih berlangsung di Indonesia, menuntut organisasi (perusahaan) untuk meningkatkan daya saing bisnis. Semakin ketatnya persaingan di pasar yang menuntut profesionalisme dalam pengelolaan bisnis terlebih akan mampu bersaing dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sehingga akhirnya diharapkan konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan yang dikelola tersebut. Secara teoritis perusahaan diwajibkan untuk dapat memuaskan konsumennya dengan menciptakan produk-produk dan layanan yang berkualitas. Terciptanya kepuasan konsumen merupakan bagian terpenting dari upaya pencapaian kepuasan konsumen. Ini terjadi karena jasa yang dipasarkan mempunyai sifat berkelanjutan sehingga kepuasan konsumen seringkali baru tercipta setelah melakukan pembelian.

Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen agar merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti hubungan perusahaan dan para konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata konsumen dan laba

yang diperoleh dapat meningkat. Perusahaan-perusahaan sekarang berusaha untuk memperhatikan hubungan yang timbul dari proses pemasaran yang berkelanjutan dalam rangka mempertahankan konsumen (*Customer Relationship Marketing*) dengan memberikan pelayanan yang baik, yang tujuannya untuk membangun dan memperbaiki loyalitas konsumen serta mempertahankan konsumen yang ada.

Konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal dalam melakukan pembelian. Untuk menganalisa dan meneliti kepuasan konsumen dapat dikaitkan dengan penggunaan jasa suatu perusahaan. Sedangkan dalam diri individu konsumen terdapat proses untuk mengadakan pemilihan berdasarkan apa yang didengar, dilihat dan dirasakan. Hal ini tergantung dari lingkungan dimana konsumen itu berada.

Cardcellular merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan. Cardcellular berkomitmen dan berfokus sehingga membuat para konsumen merasa terpuaskan dengan kualitas layanan yang di berikan. Penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh pengetahuan, jaminan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sehingga konsumen dapat bertahan. *Customer Service* berperan untuk melakukan interaksi dan memberikan pelayanan terhadap konsumen terkait dengan produk yang akan dibeli oleh konsumen. Peran *Customer Service* ini dinilai sangat menentukan kelancaran sebuah usaha. Pengertian *Customer Service* dalam buku Etika Customer Service (Kasmir, 2007) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan konsumen melalui pelayanan yang diberikan seseorang.

Kualitas pelayanan termasuk kedalam Sumber Daya Manusia karena dalam pelayanan kemampuan sumber daya manusia dituntut untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada konsumen dengan bekal pendidikan, pelatihan, dan pengalaman yang cukup memadai. Kualitas Sumber Daya Manusia dalam sebuah organisasi layanan merupakan penyangga utama sekaligus penggerak roda organisasi dalam usaha mewujudkan visi dan misi serta tujuan dari organisasi tersebut (Azhar, 2007). Menurut Suharto (2012) Kualitas sumber daya manusia adalah kemampuan dari pegawai menjalankan proses pemeriksaan yang dilihat dari kemahiran seseorang, latar belakang pendidikan, persyaratan yang harus diikuti untuk dapat menjalankan proses pemeriksaan, pelatihan-pelatihan, masalah profesional dan sosialisasi peraturan yang mengalami perubahan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu jaminan terbaik untuk menciptakan dan mempertahankan kesetiaan konsumen dan benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan global. Kualitas pelayanan yang unggul harus didukung dengan sumber daya manusia yang handal dan teknologi yang memadai (Welch Jr, dalam Kotler, 1998). Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan konsumen dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan (Assefaf, 2009).

Standar kompetensi menunjukkan kadar penguasaan suatu profesi atau bidang tanggung jawab seseorang dalam menjalankan tugasnya. Spencer dan

Spencer (dalam Palan, 2007:6), mengemukakan bahwa kompetensi merujuk kepada karakteristik yang mendasari perilaku yang menggambarkan motif, karakteristik pribadi (ciri khas), konsep diri, nilai-nilai, pengetahuan atau keahlian yang dibawa seseorang yang berkinerja unggul (*superior performer*) di tempat kerja. Artinya, kompetensi adalah alat penentu untuk memprediksi keberhasilan kinerja seseorang pada suatu posisi. Kompetensi pegawai sangat membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan pegawai.

Kepuasan konsumen dipandang sebagai konsep multidimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis, interpersonal, dan hasil akhir. Kepuasan konsumen terjadi sebagai hasil berpengaruhnya keterampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana. Kepuasan konsumen memang memiliki efek positif pada profitabilitas organisasi. Kepuasan konsumen membentuk dasar dari setiap bisnis yang sukses sebagai kepuasan konsumen mengarah untuk mengulang pembelian, loyalitas merek, dan kata positif dari mulut ke mulut (Biljana dan Yusuf, 2011:232).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, maka skripsi ini mengambil judul **“PENGARUH PENGETAHUAN, JAMINAN, DAN KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CARDCELLULAR”**.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan *customer service* terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh jaminan *customer service* terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan bukti empiris dan menganalisis pengaruh pengetahuan, jaminan, dan kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan konsumen di Cardcelluler sehingga konsumen dapat bertahan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran terutama masalah pengaruh pengetahuan, jaminan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, referensi, dan masukan dalam menyusun atau menentukan kebijakan.

3. Manfaat bagi pembaca yaitu pembaca dapat menambah wawasan/pengetahuan serta sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang mempunyai keinginan untuk melakukan penelitian secara mendalam, khususnya pada permasalahan serupa.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN:

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

BAB II KAJIAN TEORI:

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dasar acuan teori dalam analisis penelitian ini (variabel dependen (Y), penelitian terdahulu, landasan teori, variabel independen (X), pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN:

Bab ini menjelaskan mengenai populasi dan sampel, sumber data, instrument data, dan metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN:

Bab ini membahas hasil pengumpulan data, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN:

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

