

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

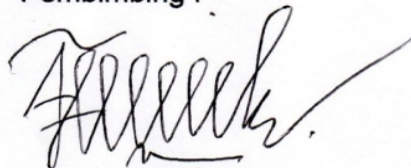
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA DEPARTEMEN STORE KARSA UTAMA
GORONTALO**

OLEH

ALPIAN M.Y SAMARA
NIM. 931 410 098

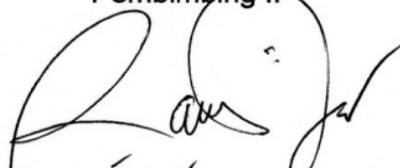
TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI UNTUK DI UJI

Pembimbing I



Tineke Wolok, ST.,MM
NIP. 19730523 200604 2 002

Pembimbing II



Ramlan Amir Isa, SE.,MM
NIP. 19750828 200604 1 001

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen

**Drs. Maha Atma Kadji, M.Si****NIP. 19660113 200312 1001**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman dan pertumbuhan perekonomian yang cukup tinggi saat ini mengakibatkan peningkatan taraf hidup rakyat dan juga persaingan dalam bisnis semakin ketat. Kualitas layanan sangat diperhitungkan dalam dunia bisnis, karena kualitas layanan berdampak pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Hubungan konsumen dan perusahaan saat ini harus terus diperhatikan agar keberlangsungan suatu perusahaan dapat terus bertahan. Untuk bisa membuat konsumen merasa puas atas layanan yang telah diberikan, maka perusahaan harus dapat berusaha dalam memahami apa yang diperlukan dari konsumen sehingga dapat menimbulkan citra atau tempat tersendiri di hati para konsumen.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas layanan yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk mencapai kepuasan itu maka diperlukan variabel-variabel yang dijadikan sebagai sarana dalam pencapaiannya, variable-variabel tersebut meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik, dengan harapan dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggannya serta para pelanggannya tersebut akan menjadi pelanggan loyal bagi perusahaan tersebut.

Dunia bisnis mengalami persaingan yang semakin ketat yang diimbangi dengan perkembangan

1

 alat teknologi yang semakin canggih sehingga mempermudah setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja usahanya untuk mencapai tujuannya yaitu mendapatkan laba yang semaksimal mungkin. Mencapai tujuan dari setiap perusahaan yang bersaing tidaklah mudah, semuanya pasti mempunyai strategi-strategi khusus untuk memenangkan persaingan bisnis. Persaingan memang sangat diperlukan disegala bidang, karena dengan adanya persaingan akan semakin termotivasi dalam diri setiap individu untuk memacu dirinya untuk meningkatkan kualitas diri sehingga mampu untuk berlomba-lomba atau bersaing dengan siapa saja. Menarik perhatian para konsumen tentunya bukan hal yang mudah bagi setiap perusahaan karena terdapat beberapa factor yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Para pelaku pasar lebih berpacu dan terus bersaing untuk dapat bertahan di dunia bisnisnya karena pelaku bisnis tidak saja dari dalam negeri tapi juga luar negeri, kompetisi ini bisa diibaratkan sebagai "*war of movement*" Yakni dalam segala hal keberhasilan ditentukan pada bagaimana cara perusahaan mengantisipasi pasar dan reaksi cepat terhadap setiap perubahan kebutuhan maupun perilaku konsumen. Dengan adanya situasi persaingan tersebut menyebabkan perusahaan-perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan, apalagi di dalam suatu proses pembelian konsumen tidak hanya berhenti sampai proses konsumsi. Konsumen pasti akan melakukan evaluasi terhadap konsumsi yang dilakukannya, sehingga akan timbul perasaan puas atau tidak puas terhadap produk yang telah dikonsumsinya. Di dalam pasar yang sudah ada, terlalu banyak produk dengan berbagai keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing. Sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing dan alternatif yang lebih baik adalah perlunya melakukan berbagai upaya mempertahankan pasar yang sudah ada. Melalui usaha meningkatkan loyalitas pelanggan serta memberikan nilai lebih berupa pelayanan yang sesuai harapan maupun tuntutan dari konsumen secara terus-menerus.

Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana maupun kompleks dan rumit. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan. Pelanggan tidak hanya lebih banyak kecewa pada jasa dari

pada barang, tetapi mereka juga jarang mengeluh. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapannya. Kepuasan pelanggan adalah penilaian bahwa bentuk/model produk atau jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Ketika pelanggan merasa puas atas pelayanan yang didapatkan, maka besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan mereka juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut. Pemasaran bukanlah semata-mata membuat penjualan, melainkan tentang bagaimana memuaskan pelanggan terus-menerus.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dasar yang dapat mempengaruhi pilihan pelanggan untuk berbagai jenis perusahaan yang berkembang saat ini dan telah menjadi satu-satunya faktor dalam keberhasilan dan pertumbuhan suatu organisasi. Kualitas pelayanan bukanlah masalah dalam mengontrol masalah yang akan datang saja, akan tetapi merupakan pencegahan terjadinya kualitas yang jelek sejak awal.

Konsumen menghendaki pelayanan yang diterima cepat dan baik, dan itu merupakan nilai peningkatan kualitas pelayanan. Tiap konsumen mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda, ini merupakan faktor indikator yang baik untuk mengukur kualitas pelayanan yang mereka terima. Maju dan berkembangnya tempat perusahaan tergantung kualitas pelayanan yang diberikan, yang merupakan dampak penting yang harus diperhatikan oleh pengelola perusahaan.

Bila dalam perusahaan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan / hotel itu sendiri.

Agar dapat bersaing dan bertahan hidup Karsa Utama Departement Store Gorontalo dituntut untuk mempunyai citra dan pelayanan yang baik

sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Karsa Utama Departement Store Gorontalo sebagai perusahaan dagang tidak akan mungkin menghindar dari persaingan perusahaan dagang lainnya yang semakin meningkat. Sebagai badan intermediasi perusahaan dagang salah satu usahanya yaitu menjual barang dagang dan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggannya. Namun berdasarkan pengamatan peneliti masih kurangnya karyawan yang berdiri disetiap stand membuat konsumen kebingungan untuk menanyakan produk yang akan dibelinya selain itu masih terdapat antrian yang panjang dikasir setiap awal bulannya ketika melakukan pembayaran. Sehubungan dengan kondisi itu, persoalan adalah apakah ada pengaruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* terhadap kepuasan pelanggan pada Karsa Utama Departement Store Gorontalo.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut : kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan di Karsa Utama Departement Store Gorontalo.

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Karsa Utama Departement Store Gorontalo?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Karsa Utama Departement Store Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Karsa Utama Departement Store Gorontalo
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Karsa Utama Departement Store Gorontalo

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dalam penelitian ini adalah dapat menjadibahan masukan bagi lembaga ataupun instansi serta memberikan sumbangan pikiran khususnya kepada lokasi tempat penelitian ini dilakukan demi kemajuan perusahaan itu sendiri kearah yang lebih baik.

2. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti dan pembaca lainnya diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan ilmiah mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

- b. Sebagai referensi tambahan bagi pihak – pihak ataupun peneliti selanjutnya yang akan meneliti kasus yang sama.