



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan dunia usaha menjadi semakin ketat, termasuk persaingan usaha dalam bidang bisnis penyediaan produk. Kebutuhan manusia akan selalu menjadi salah satu kebutuhan utama. Pengusaha dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam berbisnis, sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah membuat tingkat kebutuhan manusia akan suatu produk atau barang juga terus bertambah. Usaha bisnis khususnya perusahaan dibidang pemasaran saat ini menunjukkan perkembangan yang baik. Dengan prospek usaha yang meningkat dan cukup pesat.

Perusahaan dalam meningkatkan produktivitasnya, perlu memperhatikan kinerja yang efektif dan efisien demi mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada dan harus memiliki keunggulan kompetitif. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang memberikan yang terbaik kepada pelanggan. Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas yang akan memberikan keunggulan pada *customer value*. *Customer value* merupakan

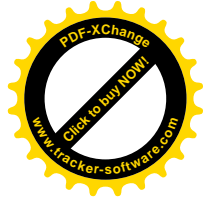


nilai yang diberikan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan yang ditawarkan kepadanya.

Saat ini, para pebisnis khususnya di kota Gorontalo bersaing untuk merebut hati pelanggan. Perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan yang mengarahkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, karena pemasaran suatu jembatan pemindahan pertukaran atau pemindahan barang dan jasa pada suatu perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan adalah menciptakan loyalitas pelanggan. Upaya mempertahankan pelanggan yang loyal menjadi tantangan pihak pengusaha karena pelanggan saat ini semakin kritis dalam memilih produk dan pelayanan yang baik sesuai dengan harapannya.

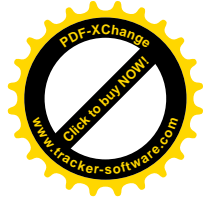
Perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai dan kegunaan yang lebih terhadap pelanggan, sehingga produk yang ditawarkan tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas menjadi salah satu faktor pertimbangan terhadap konsumen sebelum membeli produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, daya tahan dan ketidak tergantungan pada produk lain. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam di hati pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya.



Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan, Kotler (2009 :39).

Kepuasan juga merupakan sesuatu yang harus diperhatikan oleh produsen, pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi erat. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan. Jika konsumen merasa puas ia akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang, akan cenderung setia terhadap perusahaan tersebut dan konsumen yang merasa puas juga akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Pada umumnya, semakin lama seorang pelanggan bertahan pada suatu perusahaan, semakin berharga pelanggan tersebut. Para pelanggan lama melakukan lebih banyak pembelian dan biasanya membawa masuk pelanggan baru. Lebih dari itu, pelanggan lama tidak membutuhkan biaya awal (biaya pemasaran untuk mencari pelanggan baru). Pelanggan lama yang baik, sangat berharga pada sebagian besar industri, karena pelanggan ini dapat mengurangi kepergian

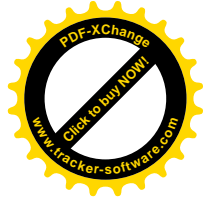


pelanggan. Oleh karena itu pembeli yang puas merupakan iklan yang terbaik.

Terdapat banyak hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan antara lain, yakni : kualitas produk, harga, emosional, kualitas pelayanan, biaya dan masih banyak lagi faktor-faktor lainnya. Semua hal ini harus diperhatikan karena jika tidak maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan itu sendiri.

PT. Garuda Gorontalo adalah salah satu perusahaan bisnis yang bergerak dibidang marketing yang terletak di Jln. HB Jasin Kota Gorontalo. PT. Garuda Gorontalo ini menawarkan berbagai macam jenis barang electronic dan furniture yang berbeda-beda. Pada dasarnya, kualitas produk, harga terjangkau, emosional dan juga biaya merupakan faktor penting dalam menciptakan iklim belanja yang baik. Karena sekarang ini pelanggan semakin kritis dalam memilih suatu produk. Dengan banyaknya perusahaan atau toko-toko yang menjual barang sejenis di kota Gorontalo membuat persaingan bisnis menjadi begitu ketat, sehingga PT. Garuda Gorontalo harus mampu bersaing dengan berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan dengan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi diantaranya dengan menjaga dan meningkatkan *image* di mata pelanggan sehingga mereka akan tetap loyal.

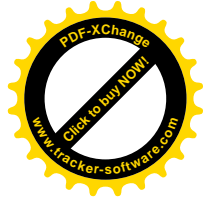
Hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, bahwa di lokasi penelitian, masih ada beberapa konsumen yang sering mengklaim produk



yang dibelinya. Konsumen merasa tidak puas dengan produk yang dibeli dengan harga tinggi dan ternyata produk tersebut cacat. Bahkan masih ada Karyawan kurang teliti dan kurang tanggap serta paham terhadap kelengkapan produk yang dijual. Selain itu juga konsumen merasa tidak nyaman saat berbelanja, karena suasana showroom yang pengap dan ruang parkir yang tidak memadai.

Di samping itu juga, hasil penjualan tiga bulan terakhir pada PT. Garuda Gorontalo. Elektronik & Furniture Kota Gorontalo menunjukkan bahwa, dimana untuk penjualan secara cash pada bulan November 2014 mencapai 8.310.000, bulan Desember 2014 mencapai 15.950.000 dan pada bulan Januari 2015 mencapai 13.550.000. Sedangkan untuk penjualan secara kredit pada bulan November 2014 mencapai 1.133.457.000, bulan Desember 2014 mencapai 1.423.501.000 dan pada bulan Januari 2015 mencapai 679.420.000.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, bahwa penjualan secara cash maupun kredit tiga bulan terakhir pada PT. Garuda Gorontalo. Elektronik & Furniture Kota Gorontalo mengalami penurunan. Salah satu faktor penyebab menurunnya penjualan ini adalah kurangnya konsumen yang datang berbelanja di PT. Garuda Gorontalo, hal ini nampak jelas pada setiap penjualan dari bulan November 2014, Desember 2014 dan Januari 2015 telah mengalami penurunan. Kondisi tersebut bila terus dibiarkan dan tidak diperhatikan baik oleh pihak manajemen PT. Garuda Gorontalo, maka



tidak menutup kemungkinan hal ini akan berdampak pada berkurangnya pengunjung dan pada akhirnya berdampak pada pendapatan perusahaan ini.

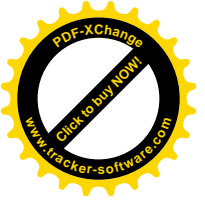
Dari fenomena yang ada maka peneliti akan mengkaji lebih lanjut berbagai faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Salah satu yang menjadi fokus yang akan di lihat adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut peneliti lebih memperdalam kajian dengan melihat **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Garuda Gorontalo. Elektronik & Furniture Kota Gorontalo”**.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan pernyataan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dalam penelitian ini peneliti dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang diantaranya adalah:

1. Barang yang dibeli dengan harga tinggi ternyata cacat.
2. Karyawan kurang teliti dan kurang tanggap serta paham terhadap kelengkapan produk yang dijual.
3. Suasana showroom yang pengap.
4. Parkir yang tidak memadai.



1.3 Rumusan Masalah

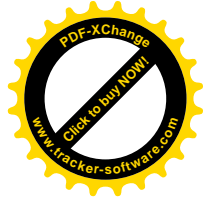
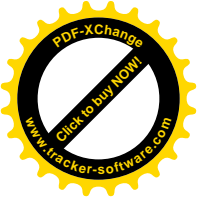
Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka yang akan menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Garuda Gorontalo. Elektronik & Furniture Kota Gorontalo". ?
2. Seberapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Garuda Gorontalo. Elektronik & Furniture Kota Gorontalo". ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Garuda Gorontalo. Elektronik & Furniture Kota Gorontalo".
2. Untuk menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Garuda Gorontalo. Elektronik & Furniture Kota Gorontalo".



1.5 Manfaat Penelitian

Adapun yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah pengetahuan penulis di bidang pemasaran khususnya mengenai pelayanan , di samping itu penulis diharapkan mengetahui masalah yang dihadapi oleh pengusaha khususnya di bidang marketing dengan mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan : hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar yang objektif dalam pelayanan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh pengusaha khususnya di bidang marketing di masa yang akan datang.
- b. Bagi peneliti lain/ pembaca : diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan.