

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik baiknya kenyataan ini bisa dilihat, total konsumen yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total konsumen yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran ( Kotler, 2000 : 50).

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang di berikan. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan konsumen) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan ( Tjiptono,2004: 145 ).

Dari sudut pandang perikayasa di bidang penjualan sangat berpengaruh terhadap keinginan konsumen, konsep ini dikembangkan untuk memenuhi tujuan menyediakan informasi tentang kinerja perusahaan secara luas. Sementara itu, pemakai informasi mempunyai tujuan yang berbeda beda. Teori dalam yang dapat di pakai dalam meningkatkan kepuasan konsumen meliputi dua pendekatan : satu laba untuk berbagai tujuan atau beda tujuan beda laba. Teori pemasaran diarahkan untuk memformulasi kualitas layanan dengan pendekatan pertama.

Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang perdagangan untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya adalah kualitas pelayanan pada Plaza Amanda Jaya itu sendiri dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa terpuaskan.

Plaza Amanda Jaya yang merupakan salah satu tempat pembelanjaan yang sudah terkenal di kota Gorontalo. Ini terbukti dengan banyaknya pengunjung yang datang baik dari kalangan anak-anak, mahasiswa maupun masyarakat umum. Plaza Amanda Jaya memiliki wilayah yang strategis yaitu yang berhadapan langsung dengan kampus Universitas Negeri Gorontalo sehingga kebanyakan konsumennya adalah para mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo.

Oleh karena itu, Plaza Amanda Jaya harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain. Plaza Amanda Jaya kerap kali penuh pada hari-hari tertentu contohnya pada awal tanggal muda karena banyak yang ingin berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya.

Kejadian ini menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik minat konsumen, sekaligus mempertahankan konsumennya. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan pada diri konsumen

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pada Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo.

### **C. Tujuan penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Manfaat teoritis

Sebagai bahan masukan bagi Plaza Amanda Jaya dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

#### 2. Manfaat praktis

Penelitian ini di harapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan