

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha pada era ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Karena perkembangan dunia usaha sudah memasuki era baru, dimana semakin banyak perusahaan-perusahaan baru dan perusahaan-perusahaan pesaing di bidang jasa maupun perdagangan. Kondisi seperti inilah yang memaksa perusahaan harus dapat beradaptasi dengan kondisi pasar yang terjadi. TV kabel saat ini sudah menjadi sebuah hiburan yang tidak bisa dilepaskan dari keseharian masyarakat. Kebutuhan masyarakat akan informasi semakin meningkat seiring dengan bertambahnya kondusif iklim bisnis di era pasar bebas. Implikasinya maka terciptanya suatu masyarakat yang sejahtera yang ditandai dengan berubahnya suatu pola hidup yang bukan hanya memenuhi *basic need* tetapi lebih kepada kebutuhan akan informasi dan hiburan.

TV berlangganan (TV Cable) merupakan jasa penyiaran saluran televisi yang dilakukan khusus untuk masyarakat yang bersedia membayar (berlangganan) secara berkala. Secara umum Televisi kabel diartikan sebagai sistem penyiaran acara Televisi lewat isyarat frekuensi radio yang ditransmisikan melalui serat optik yang tetap atau kabel coaxial dan bukan lewat udara seperti siaran Televisi pada umumnya yang harus ditangkap antenna (over the air). Jasa ini biasanya disediakan dengan menggunakan sistem digital ataupun analog melalui media satelit. Saat ini sistem penyiaran dengan digital adalah yang paling lazim digunakan. Sehingga masyarakat dapat menggunakan layanan tersebut dan menggunakan TV

berlangganan (TV Cable) sebagai penunjang pengetahuan yang lebih luas lagi (Putu, 2005).

TV kabel atau Community Antena Television (CATV) merupakan media penghubung melalui kabel coaxial antara operator siaran televisi dan pelanggan. Televisi kabel, juga bisa diartikan sebagai media kabel yang terhubung dari rumah kerumah masyarakat. Televisi kabel digunakan untuk melayani transmisi ke area yang lebih besar misalnya suatu kota terdapat sejumlah besar rumah tangga, TV kabel atau TV berlangganan misalnya sebagai alternatif pilihan informasi dan hiburan. Bisnis TV kabel memiliki prospek yang sangat baik, terutama di daerah atau daerah dengan tingkat ekonomi yang baik dan status populasi yang tinggi. Maraknya bisnis TV kabel di Indonesia telah menjadi potensi yang sangat menjanjikan jika dikelola dengan cara yang baik.

PT. Mimoza Multimedia Gorontalo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan hiburan yang menyediakan layanan TV lokal, TV kabel, dan kini PT. Mimoza Multimedia telah menghadirkan produk baru yaitu jaringan internet. PT. Mimoza Multimedia merupakan penyedia jasa layanan TV kabel yang berada di Gorontalo yang berpusat di Surabaya dan Jakarta. PT. Mimoza Multimedia sudah berdiri sejak tahun 2002 dan telah menyediakan layanan kepada konsumen seperti chanel-chanel yang berkualitas agar masyarakat yang berlangganan TV kabel terbantu dalam mendapatkan hiburan, informasi, bahkan dapat menambah wawasan yang lebih luas. Kini PT. Mimoza Multimedia telah menggunakan sistem digital pada jaringan TV kabel untuk mempermudah masyarakat dalam berlangganan, karena saat ini sistem penyiaran digital adalah yang paling lazim digunakan oleh

masyarakat di Indonesia namun di kalangan masyarakat Kota Gorontalo sendiri masih minim menggunakan penyiaran digital kebanyakan masih menggunakan sistim analog.

Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis tak bisa dihindarkan lagi. Bahkan, persaingan tersebut kian hari kian bertambah ketat, Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis di bidang TV Berlangganan, PT. Mimoza Multimedia dapat dikatakan cukup berhasil mesejajarkan keunggulannya dalam persaingan perusahaan besar yang menjalani bisnis serupa seperti TV Berlangganan di wilayah Gorontalo.

Sebagaimana diketahui bahwa untuk daerah Gorontalo masih terdapat keterbatasan dalam mengakses siaran televisi baik nasional maupun internasional. Keterbatasan ini disebabkan oleh belum tersedianya stasiun pemancar televisi nasional yang mengcover wilayah Gorontalo. Kondisi ini membuat masyarakat yang ingin menikmati siaran televisi yang lebih berkualitas harus membeli alat tambahan berupa parabola yang biayanya relatif mahal. Alternatif lain adalah dengan berlangganan siaran TV berbayar seperti IndoVision, OkeTV, TelkomVison, Indihome, dll. Alternatif kedua ini juga membutuhkan biaya ekstra yang lebih mahal.

Keterbatasan ini yang kemudian ditangkap oleh PT. Mimoza Gorontalo menjadi peluang bisnis. Dengan adanya jasa layanan TV kabel lokal ini membuat masyarakat umum dapat mengakses sumber-sumber informasi maupun hiburan melalui televisi dengan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan

berlangganan TV berbayar lainnya. Harga jasa yang relatif murah ini menjadi daya tarik utama masyarakat untuk berlangganan layanan yang diberikan Mimoza TV.

Kebutuhan masyarakat akan informasi maupun hiburan semakin meningkat, tidak hanya dari golongan menengah keatas tetapi juga golongan masyarakat menengah kebawah. Salah satu cara strategi perusahaan Mimoza menarik pelanggan dengan cara menetapkan harga yang ekonomis untuk pelanggan. Sasaran strategi pasar perusahaan ini yaitu kalangan ekonomi kebawah, karena tingkat ekonomi Gorontalo pasar yang maksimal berada di posisi menengah dan kebawah, maka PT Mimoza hadir di Gorontalo dengan harga yang terjangkau. Dengan begitu pengguna TV kabel tidak merasakan adanya pembebanan biaya dalam berlangganan.

Keistimewaan dari perusahaan ini yaitu mereka juga memiliki siaran local yang menjadi brand image di Gorontalo yang membuat perusahaan ini lebih besar dengan adanya chanel yang memberikan informasi dan hiburan bagi masyarakat, dengan adanya siaran local yang mereka hadirkan membuat masyarakat Gorontalo mendapatkan informasi atas fenomena-fenomena yang terjadi di Gorontalo membuat masyarakat tertarik untuk berlangganan TV Kabel di PT.Mimoza Multimedia. PT. Mimoza Multimedia juga menghadirkan produk baru yaitu jaringan internet dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan jaringan internet lainnya. Namun kualitas jaringan internet yang mereka miliki masih membutuhkan banyak pembenahan karena jaringan internet ini masih baru dan masih beradaptasi.

Alasan peneliti ingin meneliti PT. Mimoza Multimedia karena bisnis Tv kabel memiliki prospek yang sangat baik, terutama di daerah Gorontalo atau daerah

dengan tingkat ekonomi yang baik dan status populasi yang tinggi. Maraknya bisnis TV kabel di Indonesia telah menjadi potensi yang sangat menjanjikan jika dikelola dengan cara yang baik. PT. Mimoza sudah dapat mensejajarkan keunggulannya dengan pesaing yang menjalankan bisnis serupa di Gorontalo. PT. Mimoza sudah banyak dikenal oleh masyarakat Gorontalo dan memiliki cukup banyak peminat. Manfaat yang diharapkan dalam meneliti PT. Mimoza Multimedia adalah dapat memberikan suatu gambaran mengenai kualitas jaringan TV kabel yang di miliki oleh PT. Mimoza yang di tawarkan kepada masyarakat. Kepentingan dalam penelitian ini yaitu peneliti ingin melihat apakah ada kepuasan dan ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan TV berlangganan PT. Mimoza Multimedia yang akan terlihat dengan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan.

Keunggulan produk yang ditawarkan tidak terlepas dari berbagai kelemahan yang menyertai produk atau jasa. Pelanggan tentunya mengharapkan produk atau jasa yang terbaik, walaupun sudah berupaya dengan maksimal namun masih ada beberapa pelanggan TV kabel yang merasa kecewa. Kekecewaan sangat sulit untuk dihindari karena keberagaman harapan dan keinginan konsumen yang tidak mungkin dapat dipenuhi seluruhnya oleh perusahaan.

Penyebab terjadinya kekecewaan pelanggan TV kabel yaitu dengan adanya gangguan siaran, seperti siaran yang tiba-tiba mati, dan kabel yang putus. Hal tersebut terkadang sangat mengganggu yang mengakibatkan beberapa pelanggan memutuskan untuk berhenti berlangganan. Permasalahan ini selalu muncul karena TV kabel menggunakan jaringan kabel, serta semua alat-alat di letakan di luar

ruangan, atau lebih tepatnya di letakan di tiang-tiang listrik. Gangguan alat yang sering terjadi seperti alat kemasukan air dan kabel yang putus yang mengakibatkan siaran tidak memadai. Hal ini membuat pelanggan selalu mempertimbangkan kembali dalam memilih lanjut berlangganan atau berhenti berlangganan. Tentunya masalah seperti ini harus di tanggapi dengan respon dari karyawan untuk cepat tanggap dalam mengatasi permasalahan ini. Jangan sampai pelanggan yang berhenti berlangganan malah semakin bertambah, hal tersebut akan sangat berdampak bagi pendapatan perusahaan.

Dengan banyaknya tawaran menarik dari berbagai perusahaan, membuat setiap perusahaan ingin bersaing untuk mendapatkan kepercayaan atas jasa atau produk yang disediakan dengan memberikan mutu service yang terbaik diantara perusahaan-perusahaan lainnya. Kurangnya program-program siaran yang dimiliki oleh PT. Mimoza membuat beberapa pelanggan beralih pada perusahaan pesaing yang memiliki program siaran yang lebih banyak, karena pelanggan menginginkan program-program siaran yang lengkap untuk menikmati siaran-siaran favorit mereka. Hal ini juga dilakukan para penonton agar mereka tidak merasakan bosan, karena salah satu hal yang membuat penonton beralih dari sebuah channel adalah siaran yang ditayangkan bersifat pengulangan dan tidak inovatif. Pelanggan sering membandingkan antara harapan produk/pelayanan dengan kenyataan yang mereka dapatkan.

Dalam dunia bisnis kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur untuk mengukur kinerja perusahaan. Pelanggan mempunyai peran yang cukup penting untuk mengukur kepuasan terhadap produk atau kualitas jasa. Seorang pelanggan

akan mendeteksi adanya suatu kekurangan ketika membeli suatu produk atau jasa. Pelanggan tidak menginginkan produk atau jasa, yang tidak memenuhi standar mutu. Kepuasan pelanggan adalah fungsi seberapa dekat harapan pelanggan atas suatu produk atau jasa dengan mutu yang dirasakan. pelanggan akan merasa tidak puas jika suatu produk atau jasa tidak sesuai harapan, dan begitupun sebaliknya pelanggan akan merasa puas jika suatu produk atau jasa sesuai harapan, dan pelanggan akan merasa sangat puas jika suatu produk atau jasa melebihi harapan.

Untuk mendapatkan kepuasan, ketika pelanggan memutuskan membeli produk atau jasa maka hal ini akan berhubungan dengan faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pasca pembelian produk maupun jasa. Faktor-faktor pelayanan tersebut yaitu seperti: customer service untuk mendengarkan dan menangani keluhan pelanggan, PT. MIMOZA Multimedia dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang maksimal yang mereka berikan kepada pelanggan.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh PT. MIMOZA Multimedia dalam memuaskan pelanggan yaitu mereka selalu cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang berlangsung yang disebabkan oleh permasalahan-permasalahan yang terjadi, dan mereka selalu berupaya untuk menanggapi dengan baik keluhan pelanggan agar masyarakat tetap nyaman dan percaya untuk berlangganan TV kabel di PT. MIMOZA Multimedia. Ketika pelanggan mengeluh karena adanya gangguan siaran dan kabel yang putus, mereka dengan cepat bergegas kerumah warga untuk memperbaiki gangguan tersebut. Menurut Kotler (2000) salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah berusaha untuk menjalin

hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, dan mau mendengarkan semua keluhan pelanggan tentang pelayanan yang diberikan kepada kepuasan jasa tersebut. Oleh karena itu, dengan terjalinnya hubungan yang baik antara pekerja dan pelanggan akan berdampak baik untuk perusahaan itu sendiri.

Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang sesuai dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan tanggapan evaluasi atas ketidaksesuaian atau disconfirmation yang dirasakan antara ekspektasi sebelumnya dengan kinerja produk aktual yang dirasakan setelah digunakan. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan merupakan salah satu pilihan dari strategi pemasaran untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Namun jika pelayanan buruk maka pelanggan juga akan kecewa.

Menurut Mahmoedin (2010) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Untuk memenuhi kualitas pelayanan maka, memahami kebutuhan dan keinginan konsumen adalah suatu hal yang harus dipahami oleh pegawai PT. Mimoza Multimedia, karena konsumen merupakan aset yang berharga dalam bisnis, untuk itu layanan yang diberikan diharapkan dapat meminimalisir kekecewaan pelanggan atas masalah yang sering terjadi seperti



siaran yang mati, dan kabel yang putus. Jika terjadi keluhan dan protes, keramahan dalam merespon juga perlu diperhatikan dengan baik untuk menghindari rusaknya citra perusahaan. Karena jika citra perusahaan rusak maka peminat untuk berlangganan di PT. Mimoza Multimedia akan berkurang oleh karena itu perusahaan perlu menangani keluhan pelanggan secara serius dan hati-hati.

Kualitas layanan (Service Quality) dapat menentukan perbedaan antara citra konsumendari layanan presentasi dan harapan layanannya. Kualitas layanan adalah item penting dalam membangun kepercayaan merek dan ditentukan dengan kata lain yang dihasilkan dari proses penilaian di mana konsumen menilai layanan yang diberikan kepada mereka dan layanan yang mereka rasakan Ahmed et al., (2014)

Untuk itu dalam menciptakan kepuasan pelanggan perusahaan harus menciptakan sesuatu yang bisa menarik konsumen. Yaitu melalui dimensi *reliable* yaitu memberikan layanan secara akurat sejak pertama kali, *keandalan* yaitu kemampuan dalam pemberian layanan yang dijanjikan dapat dilaksanakan dan diandalkan tepat pada waktunya serta akurat, *ketanggapan* yaitu keinginan perusahaan membantu pelanggan memberikan layanan yang cepat dan tepat, *jaminan* yaitu kemampuan karyawan dalam pengetahuan, keterampilan, keramahan yang dimiliki karyawan untuk memperoleh kepercayaan dan keyakinan dari pelanggan serta perhatian yaitu sikap kepedulian dan perhatian dari perusahaan terhadap pelanggan.

Jumlah Pelanggan PT Mimoza Multimedia yang berlangganan dari 2018 hingga 2020 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan PT Mimoza Multimedia 3 Tahun Terakhir**

<b>BULAN PEMASANGAN 2018-2020</b>	<b>Data Pelanggan 2018</b>	<b>Data pelanggan 2019</b>	<b>Data pelanggan 2020</b>
Januari	998	823	976
Februari	1.021	795	960
Maret	1.076	768	940
April	1.019	787	992
Mey	1.022	730	989
Juni	1.030	830	966
Juli	1.020	765	954
Agustus	1.064	809	942
September	1.033	774	944
Oktober	979	790	941
November	998	810	981
Desember	1.040	890	938
<b>Jumlah</b>	<b>12.300</b>	<b>9.571</b>	<b>11.523</b>

*Sumber : PT Mimoza Multimedia*

Berdasarkan tabel 1.2 terlihat bahwa pada tahun 2018 jumlah pelanggan yang berlangganan sebanyak 12.300, namun pada tahun 2019 jumlah pelanggan mengalami penurunan. Pada tahun 2019 banyak pelanggan yang memutuskan untuk berhenti berlangganan, kemudian pada tahun 2020 jumlah pelanggan mengalami kenaikan yaitu sebanyak 11.523 pelanggan.

## DATA KELUHAN 2020

### PT. MIMOZA MULTIMEDIA GORONTALO

TAHUN 2020	DATA KOMPLEN
JANUARI	869
FEBRUARI	968
MARET	909
APRIL	903
MEI	744
JUNI	786
JULI	1008
AGUSTUS	1035
SEPTEMBER	965
OKTOBER	926
NOVEMBER	926
DESEMBER	926
JUMLAH	10.965

**Tabel 1.2 Data Keluhan Pelanggan PT. Mimoza Multimedia Tahun 2020**

*Sumber : PT Mimoza Multimedia*

Berdasarkan pada tabel 1.2 terlihat bahwa setiap bulan pelanggan memberikan keluhan mengenai jaringan TV kabel. Mengacu pada data diatas bisa diamati kalau persentase komplainan dari pelanggan meningkat drastis pada tahun 2020. Jumlah pelanggan yang mengeluh pada tahun 2020 sebanyak 10.965 keluhan. Banyaknya keluhan pelanggan tersebut menggambarkan bahwa kepuasan

pelanggan PT. Mimoza Multimedia masih dipertanyakan, membuat peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian di PT. Mimoza Multimedia untuk melihat ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Situasi ketidakpuasan terjadi manakala konsumen telah menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan. Ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negative terhadap merek maupun produsen/penyedia jasanya (bahkan bisa pula penyalurannya, berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek (brand switching), dan berbagai macam perilaku komplain.

Walaupun PT. Mimoza Mimoza memiliki cukup banyak peminat yaitu memiliki 11.523 tetapi mereka juga memiliki complen yang banyak setiap bulan. Meningkatnya presentase complen memicu para pelanggan memutuskan untuk berhenti berlangganan. Banyak pelanggan yang memutuskan berhenti berlangganan karena jaringan TV kabel yang sering bermasalah seperti siaran yang tiba-tiba mati, siaran TV kabel putus-putus, siaran yang tidak memadai, kualitas siaran yang kadang-kadang buruk. Dan terkadang sudah melakukan pembayaran tetapi siaran belum stabil. Permasalahan ini membuat para pelanggan jenuh dan kecewa, sehingga mereka memutuskan untuk berhenti berlangganan. Hal tersebut dilihat dari banyaknya keluhan yang pelanggan berikan sebelum mereka berhenti berlangganan.

Salah satu faktor yang juga membuat pelanggan komplain yaitu jaringan TV kabel yang bermasalah, diantaranya adalah siaran yang tiba-tiba hilang atau eror. Pada saat produk sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan, maka

perusahaan tersebut secara tidak langsung sudah memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Channel termasuk salah satu hal terpenting dalam memenuhi fasilitas dan kualitas TV kabel yang disediakan, tercatat banyak pelanggan TV kabel PT. Mimoza Multimedia yang telah berhenti berlangganan dikarenakan beberapa channel yang sering hilang atau tidak ada sinyal pada saat event atau acara tertentu, dan kurangnya program-program siaran pada Tv kabel PT. Mimoza membuat para pelanggan beralih pada perusahaan pesaing.

Perusahaan saat ini menyadari bahwa pelanggan merupakan aset perusahaan yang harus dipertahankan. Pelanggan yang hilang akan mempengaruhi pendapatan perusahaan. Kondisi perekonomian yang saat ini kurang baik dan persaingan yang semakin ketat dalam bisnis membuat banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Hingga saat ini PT. Mimoza Multimedia terus berinovasi dan berusaha untuk memenuhi seluruh kebutuhan konsumen Mimoza TV agar tidak ada lagi keluhan yang serupa dimasa mendatang.

Kesigapan, keramahan dan komunikasi yang baik menjadi salah satu kunci penting penunjang kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan penentuan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut ke mulut yang positif dan kesetiaan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi pelayanan yang diberikan oleh penyedia produk. Dengan demikian, perusahaan harusnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan

konsumen yang kurang menyenangkan. Pelayanan maksimal dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan pemilik jasa tersebut. Ikatan seperti ini memungkinkan PT. Mimoza Multimedia untuk memahami kebutuhan para konsumennya. Dengan demikian, PT. Mimoza Multimedia dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. PT. Mimoza Multimedia bertanggungjawab penuh terhadap kebutuhan konsumen akan kecepatan akses dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan, termasuk kaitannya dengan pelayanan yang ada.

Output yang ada dalam penelitian, meliputi pengklasifikasian atribut pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan, atribut yang menjadi keunggulan dan kelemahan dalam pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan, atribut yang menjadi prioritas utama untuk dipertahankan dan ditingkatkan, tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap jasa, dan usulan perbaikan kepada perusahaan PT. Mimoza. Dan penulis ingin mengetahui pelaksanaan atau kejadian yang terjadi apakah sudah sesuai dengan teori-teori atau pendapat para ahli.

Dengan adanya fenomena diatas peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait dengan pentingnya kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan di PT. Mimoza Multimedia Kota Gorontalo. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Mimoza Multimedia”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas pada latar belakang tersebut, maka peneliti menyusun identifikasi sebagai berikut :

1. Keluhan pelanggan terhadap gangguan chanel TV kabel, siaran yang mati, kabel terputus dan kualitas TV kabel yang buruk atau chanel yang tidak di perbarui
2. Variasi channel yang disediakan oleh PT. Mimoza Multimedia sering hilang dan rusak, mengakibatkan pelanggan komplain dan kecewa.
3. Kurangnya program-program siaran membuat pelanggan beralih pada perusahaan pesaing
4. Pelanggan yang memutuskan untuk berhenti berlangganan TV Cable

## **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan di PT Mimoza Multimedia berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

## **1.4 Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk “Mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanannya terhadap kepuasan pelanggan di PT Mimoza Multimedia”

## **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis : untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Mimoza Multimedia
2. Bagi perusahaan : penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran untuk perusahaan dalam mengungkapkan permasalahan yang timbul serta saran-saran untuk memecahkannya. Semoga dapat memberi manfaat kepada perusahaan untuk lebih maju dan berkembang.