

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, persaingan di dalam dunia bisnis semakin ketat dengan semakin banyaknya kompetitor. Perusahaan harus mempunyai kelebihan tertentu yang tidak dimiliki pesaingnya agar menarik pelanggan. Untuk menarik pelanggan, hal-hal yang umumnya dilakukan oleh perusahaan adalah kualitas pelayanan, penentuan harga, pelayanan yang memuaskan, dan lain-lain. Hal-hal tersebut yang dilakukan sebagai syarat untuk dapat mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Salah satu bisnis yang berkembang saat ini di Indonesia adalah bisnis pelayanan jasa. Menurut Lovelock (1996), kunci pembeda barang dan jasa adalah pada kenyataan bahwa konsumen seringkali menerima nilai dari jasa tanpa mendapatkan kepemilikan permanen dari elemen yang berwujud. Menurut Zeithaml (1996), jasa dikemas secara kompleks, dijelaskan bahwa jasa adalah perbuaran dan penampilan. Definisi ini menjelaskan bahwa jasa secara murni tidak terwujud, tidak dapat dilihat, tidak dapat diraba, sehingga keunggulan jasa baru dapat dirasakan ketika konsumen mengkonsumsinya. Industri di bidang jasa merupakan salah satu industri yang fenomenal karena tingkat pertumbuhan sangat pesat. Dalam hal ini penilaian kualitas sebuah jasa terkait dengan bagaimana kualitas sebuah layanan dan dirasanya nyaman oleh konsumen.

Salah satu industri yang berkembang pesat saat ini di Indonesia adalah jasa sewa lapangan futsal. Bisa kita lihat sekarang ini, banyak kita jumpai lapangan-lapangan futsal, khususnya di kota Bandung, seperti yang kita ketahui tempat-tempat futsal berdiri di beberapa lokasi di kota Bandung. Dengan begitu banyak lapangan futsal di kota Bandung, persaingan untuk mendapatkan pelangganpun semakin ketat, setiap tempat futsal berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang lebih kepada para pelanggannya, karena mereka menyadari bahwa memuaskan pelanggan dengan langganan jasa yang baik adalah kunci keberhasilan dalam lingkungan bisnis yang tingkat persaingannya sangat tinggi.

Salah satu tempat futsal yang ada di Bandung yang sangat dipenuhi pelanggannya adalah METEOR ARENA. Ciri khas dari METEOR ARENA, tentu saja dari letak dan tempatnya yang strategis bagi pelanggan dan terletak di daerah-daerah kawasan kota Bandung yang cukup strategis bagi masyarakat kota Bandung dan dalam pendirian METEOR ARENA tersebut sangat tepat untuk masyarakat-masyarakat yang tinggal di daerah seputar Bandung. Dengan 3 cabang yang ada di kota Bandung, METEOR ARENA dituntut harus bisa membuat standarisasi pelayanan yang bisa menarik pelanggan. Tentu saja hal ini tidak mudah, mengingat cabang-cabang yang ada, tetapi hal ini tetap harus dilakukan karena pelanggan yang loyal merupakan asset perusahaan. Pelayanan dari METEOR ARENA, selain harus memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, juga harus bisa menciptakan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dicapai apabila METEOR ARENA bisa secara konsisten mempertahankan kualitas pelayanannya. Dengan ini juga penulis mengadakan penelitian berdasarkan dengan adanya 3 cabang METEOR ARENA, penulis

melakukan penelitian di METEOR ARENA pusat yaitu METEOR ARENA LINGKAR SELATAN.

Menurut Zeithaml (1996), kualitas pelayanan adalah “ *a customer’s judgment of the overall excellence or superiority of a service*”. Menurut Parasuraman, et.al., dalam Lupiyoadi (2001), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atau layanan yang mereka terima. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa jika kenyataan yang diterima pelanggan lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka mereka akan kecewa. Jika kenyataan yang diterima pelanggan sama atau lebih tinggi dari harapan pelanggan, maka mereka akan puas. Pelanggan yang merasa puas tentunya akan loyal/ setia terhadap kualitas layanan jasa yang diterima pelanggan.

Menurut Griffin (2002), sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai dan terus-menerus berupaya untuk memperbaikinya. Mengingat pentingnya kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI METEOR ARENA LINGKAR SELATAN”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian di atas, penulis dapat mengidentifikasi permasalahan yang ada yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di METEOR ARENA LINGKAR SELATAN?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di METEOR ARENA LINGKAR SELATAN?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, maka maksud dan tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di METEOR ARENA LINGKAR SELATAN?
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di METEOR ARENA LINGKAR SELATAN?

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan-perkembangan keilmuan, terutama ilmu manajemen pemasaran, dalam hal kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai pembandingan maupun sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi mereka yang tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang yang sama.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan pemikiran dan bahan masukan yang bermanfaat bagi METEOR ARENA LINGKAR SELATAN, dalam pengambilan keputusan, khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.