

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, banyak persaingan yang terjadi diantara perusahaan-perusahaan sejenis. Termasuk di dalamnya industri yang bergerak di sektor jasa. Dengan adanya persaingan yang ketat dan didorong dengan adanya kemajuan teknologi, sistem informasi dan komunikasi, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa harus mampu meraih keunggulan kompetitif. Dalam mencapai keunggulan kompetitif tersebut maka pihak perusahaan harus dapat menerapkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Strategi yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan salah satunya adalah mencakup peningkatan kualitas jasa yang diberikan kepada konsumennya.

Menurut Kotler (2002: 486) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun

Adapun tujuan dari peningkatan kualitas jasa adalah untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Kepuasan adalah kondisi dimana apa yang seseorang terima dan apa yang menjadi harapan, jika kinerja atau kualitas produk dan jasa lebih rendah dari yang diharapkan oleh konsumen maka keinginan konsumen tidak terpuaskan, jika kinerja atau kualitas produk dan jasa yang diberikan melebihi apa yang diharapkan, konsumen akan lebih senang dan pada akhirnya akan menciptakan loyalitas (Kotler dan Amstrong, 2001: 13).

Konsumen pada masa kini adalah konsumen yang sangat kritis dalam melakukan konsumsi dan membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih produk atau jasa. Oleh sebab itu, perusahaan-perusahaan jasa harus lebih memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Kotler (2000) mengatakan bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan yang di artikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.

Di kota Bandung banyak terdapat perusahaan jasa, salah satunya adalah jasa yang bergerak di bidang Fotocopi. Cyber Park adalah salah satu jasa yang bergerak di bidang Fotocopi. Untuk mendapatkan kepuasan dari konsumennya, Cyber Park berusaha memaksimalkan kualitas pelayanannya, guna meningkatkan jumlah pelanggan dan laba perusahaan.

Setiap perusahaan yang dalam menjalankan bisnisnya juga menyajikan pelayanan harus dapat memilih diantara berbagai proses yang berbeda-beda. Tempat fotocopi dapat mengembangkan berbagai format yang berbeda-beda seperti gaya tempat fotocopi, Kecepatan pelayanan, dan keramahan dalam menyapa pelanggan . Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan sebuah fotocopi sangat relatif tergantung dari penilaian konsumen itu sendiri, oleh karena itu Cyber Park harus mampu dan peka dalam melihat kualitas pelayanannya dari sudut pandang konsumen. Tempat fotocopi yang senantiasa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik pada konsumennya akan memberikan sebuah nilai yang terbaik atau sebuah nilai tambah untuk tempat fotocopi itu sendiri, dan juga dijadikan dasar untuk menciptakan kesetiaan pelanggan. Dengan tingginya tingkat loyalitas pelanggan atau

kesetiaan pelanggan akan sangat memengaruhi kelangsungan bisnis Cyber park. Oleh karena itu penulis ingin meneliti mengenai “ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI CYBER PARK SURYA SUMANTRI BANDUNG “.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian di atas maka identifikasi masalah yang ada adalah terdiri dari :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cyber Park jalan Surya Sumantri Bandung?
2. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen di Cyber Park jalan Surya Sumantri Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di jalan Cyber Park Surya Sumantri Bandung ?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari identifikasi masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cyber Park Jalan Surya Sumantri Bandung.
2. Untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen di Cyber Park Jalan Surya Sumantri Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Cyber Park Jalan Surya Sumantri Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang masalah pemasaran, khususnya loyalitas pelanggan.
2. Bagi perusahaan, diharapkan agar hasil penelitian dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan tempat penelitian dilakukan, untuk dapat menentukan langkah selanjutnya dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.
3. Bagi rekan- rekan mahasiswa dan pihak lain, memberikan gambaran bagi yang memerlukan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut serta minat terhadap masalah yang dibahas.