

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, kebutuhan manusia juga semakin bervariasi. Salah satu diantaranya adalah memperhatikan kebutuhan hiburan dan pengetahuan. Untuk keperluan tersebut, maka banyak dibuka taman bacaan sebagai salah satu sarana umum untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Namun, seperti yang kita ketahui beberapa tahun belakangan ini, konsumen memiliki kecenderungan untuk lebih selektif terhadap produk atau jasa yang akan dibeli atau dipakai. Konsumen lebih mempertimbangkan kegunaan, bentuk, keamanan penggunaan sampai dampak produk atau jasa tersebut terhadap lingkungan. Hal ini terjadi karena selain makin banyaknya produk atau jasa terutama teknologi “informasi”, juga ditunjang oleh tingkat pendidikan masyarakat sebagai konsumen yang semakin meningkat sehingga memberikan wawasan yang lebih luas kepada konsumen. Tingkat pendapatan konsumen yang meningkat, serta adanya kesadaran akan kualitas produk juga sangat mempengaruhi tingkat selektivitas konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan persaingan perusahaan.

Menyadari hal-hal tersebut, perusahaan berpikir berbagai macam upaya untuk lebih gencar dalam melakukan persaingan dalam upaya menarik konsumen dan mempertahankan pangsa pasarnya. Oleh karena itu perusahaan harus berfikir keras dan kreatif untuk memilih strategi promosi yang tepat, efektif namun berbiaya rendah. Dan

yang paling pentingnya lagi, dengan diadakannya promosi ini diharapkan dapat menimbulkan minat membaca pada konsumen.

Dalam kehidupan sehari-hari, kita tidak pernah lepas dari kegiatan membaca. Oleh karena itu, cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam hal ini adalah memperbanyak macam-macam jenis bacaan, mulai dari buku pelajaran untuk anak-anak sekolah; buku-buku untuk refreking seperti: majalah khusus wanita, majalah untuk anak-anak, majalah remaja, majalah tentang geografi, dan lain-lain, novel, komik, sampai pada buku-buku yang dapat memberikan informasi tambahan pada para pembacanya, seperti: majalah bazaar, majalah sedap, majalah cosmopolitan, majalah cinemags, buku Chiklit, Teenlit, Jakarta Undercover, dan lain-lain sebagainya.

Akan tetapi setiap orang belum tentu dapat memiliki buku bacaan yang mereka inginkan. Oleh karena itu terdapat suatu peluang usaha dalam bidang penyewaan buku bacaan. Sampai saat ini telah terjadi persaingan yang ketat antar tempat penyewaan buku bacaan, salah satu pelaku dalam persaingan tersebut adalah tempat penyewaan buku bacaan yang bernama Taman Bacaan “De BoeK”, yang menawarkan berbagai jenis komik buatan Jepang, Korea, dan Indonesia; berbagai jenis novel baik yang pengarangnya berasal dari luar negeri maupun dari dalam negeri; majalah wanita, buku-buku yang dapat menambah wawasan para pembacanya seperti Memoar of Geisha, Messias, Chiklits, Teenlit, A Child Call “it” dan lain sebagainya. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat ini, maka para pelakunya berusaha semaksimal mungkin dengan menggunakan strategi bauran pemasaran atau marketing mix yang terbaik dan optimal agar dapat bertahan dalam persaingan, serta berusaha lebih maksimal agar para pelanggannya merasa puas jika meminjam dari tempat penyewaan tersebut. Selain itu

salah satu cara perusahaan dalam menarik dan mempertahankan konsumen agar tetap loyal adalah dengan memberikan berbagai pelayanan yang dianggap menguntungkan pihak konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik, yang menghasilkan kepuasan konsumen, merupakan faktor yang sangat penting bagi suatu perusahaan untuk tetap bertahan dan bahkan memenangkan persaingan termasuk di dalamnya usaha penyewaan buku bacaan.

Pada sekarang ini, semakin banyak perusahaan yang menawarkan produk yang disertai dengan pemberian pelayanan. Perusahaan yang memiliki *service quality* yang berkualitas dapat membuat konsumen sangat puas dan akan berpengaruh pada loyalitas konsumen.

Perusahaan yang dapat memenangkan persaingan adalah perusahaan yang unggul dalam memenuhi kepuasan konsumen, sehingga sangatlah penting bagi perusahaan untuk merancang konsep kepuasan konsumen. Namun dalam penyusunannya, konsep tersebut tidaklah mudah. Hal tersebut dikarenakan banyaknya yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, maka konsep kepuasan konsumen yang baik adalah konsep yang dapat membantu keberhasilan perusahaan dalam mencapai kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2000 ; 42), bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka para pelanggan menjadi tidak tertarik kepada penyedia jasa yang bersangkutan, dan sebaliknya bila jasa yang dirasakan lebih besar daripada yang diharapkan maka besar kemungkinan pelanggan akan menggunakan kembali produk penyedia jasa tersebut atau melakukan pembelian ulang.

Pelayanan konsumen merupakan salah satu hal terpenting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, seperti pelayanan karyawan yang cepat, ramah, sopan, terampil

dan mampu mengatasi semua keluhan-keluhan konsumen. Pihak perusahaan harus memberi pelatihan kepada semua karyawan, sehingga para karyawan tidak salah dalam mempersepsikan kualitas jasa yang akan diberikan. Salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan kualitas jasa adalah merekrut karyawan baru yang berorientasi pelayanan yang tinggi dan pelatihan yang intensif.

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan Taman Bacaan “De Boek” sebagai objek penelitian. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen maka kualitas pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan konsumen, dan bila perlu dilakukan perbaikan-perbaikan pemberian pelayanan dengan pelatihan sehingga para calon pembeli tidak akan ragu-ragu untuk memakai atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan.

Berdasarkan hal diatas penulis mengambil judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Taman Bacaan De Boek”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Taman Bacaan “De Boek” terhadap konsumen?
2. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen terhadap Taman Bacaan “De Boek”?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Taman Bacaan “De Boek”?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Taman Bacaan “De Boek”, adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Taman Bacaan “De Boek” terhadap konsumen.
2. Untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen terhadap Taman Bacaan “De Boek”.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Taman Bacaan “De Boek”.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan pemahaman yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Bagi perusahaan yang bersangkutan, yaitu sebagai bahan masukan yang berarti mengenai hubungan kualitas pelayanan yang diberikan dengan loyalitas konsumen. Selain itu, perusahaan menjadi tahu unsur pelayanan yang mana saja yang oleh konsumen dirasakan masih kurang dan perlu ditingkatkan.
3. Bagi pembaca, sebagai bahan pengetahuan tambahan dalam memahami masalah mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Taman Bacaan “De Boek” yang berlokasi di JL. Terusan Babakan Jeruk 1 No.10, Bandung. Penulis melakukan penelitian pada tanggal: 10 Oktober 2007 sampai dengan 19 November 2007.