

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia hiburan pada kehidupan sekarang sudah semakin maju, maka makin tinggi pula tuntutan seseorang akan kebutuhannya. Dan tentunya perusahaan-perusahaan dimasa sekarang ini dihadapkan juga pada banyaknya pesaing bisnis baru yang muncul, terutama dalam bidang hiburan ini.

Pemasaran jasa belakangan ini makin marak dan diminati oleh para produsen dalam rangka memuaskan kebutuhannya. Karena melalui kualitas dari suatu jasa, para konsumen dapat langsung merasakan pelayanan yang ada didalamnya. Dalam hal ini konsumen bisa menilai apakah mereka bisa mendapatkan kepuasan dari pelayanan suatu jasa atau tidak.

Buku bacaan, dalam hal ini mencakup komik, novel, tabloid, dan majalah telah menjadi suatu kebutuhan bagi beberapa kalangan khususnya untuk mendapatkan sekedar hiburan dalam kegiatan sehari-hari. Pada mulanya mungkin hobi membaca cuma diminati oleh beberapa kalangan saja, namun tentunya pada masa sekarang ini semakin bertambah banyak sekali peminat yang haus akan hiburan yang didapat dari bacaan.

Untuk menyiasati hal ini tentunya banyak produsen-produsen jasa yang mendirikan usaha taman bacaan demi memuaskan kebutuhan membaca para

konsumennya. Namun untuk pelayanan taman bacaan yang mereka tawarkan tidaklah mudah, mengingat dengan banyaknya jumlah taman bacaan yang ada menyebabkan persaingan yang makin ketat diantara mereka. Oleh sebab itu, para pemilik taman bacaan harus berusaha semaksimal mungkin dalam memberikan dan menyediakan pelayanan yang berkualitas.

Taman Bacaan (TB) Twins sebagai salah satu taman bacaan yang terdapat di Bandung, yang terletak di sekitar Universitas Kristen Marantha tampaknya memahami betul tuntutan dari konsumen tersebut, dalam hal ini menjangkau pangsa pasar yang sebagian besar kalangan mahasiswa. Sehingga bisa dikatakan TB. Twins sekarang dapat bersaing dengan taman-taman bacaan lainnya yang berada disekitar kampus Maranatha, bahkan mungkin sudah dapat mengunggulinya.

Tetapi kritik maupun keluhan dari pihak konsumen tentu diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggannya (member). Hal ini mencakup : *keramahan pegawai, kebersihan tempat, suasana tempat, produk yang disediakan, dan ketepatan waktu* sehingga konsumen dapat merasa puas. Dalam hal ini TB. Twins telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat melayani dan memuaskan konsumennya, salah satunya yaitu dengan cara menyempurnakan kualitas dari pelayanannya baik menyangkut kenyamanan, keramahan, dan mutu produk yang ditawarkan.

Berkaitan dengan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil topik penelitian mengenai : “ **Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di New Style Factory Outlet** ”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hal-hal yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian maka Penulis mengidentifikasi pokok permasalahan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan dimensi kualitas pelayanan di TB. Twins ?
2. Bagaimana sikap dan tanggapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh TB. Twins ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh TB. Twins terhadap kepuasan konsumennya ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan dan mengetahui informasi dan data mengenai kegiatan usaha dari TB. Twins.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan dimensi kualitas pelayanan di TB. Twins.
2. Untuk mengetahui sikap dan tanggapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh TB. Twins.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh TB. Twins terhadap kepuasan konsumennya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang berharga kepada berbagai pihak, yaitu :

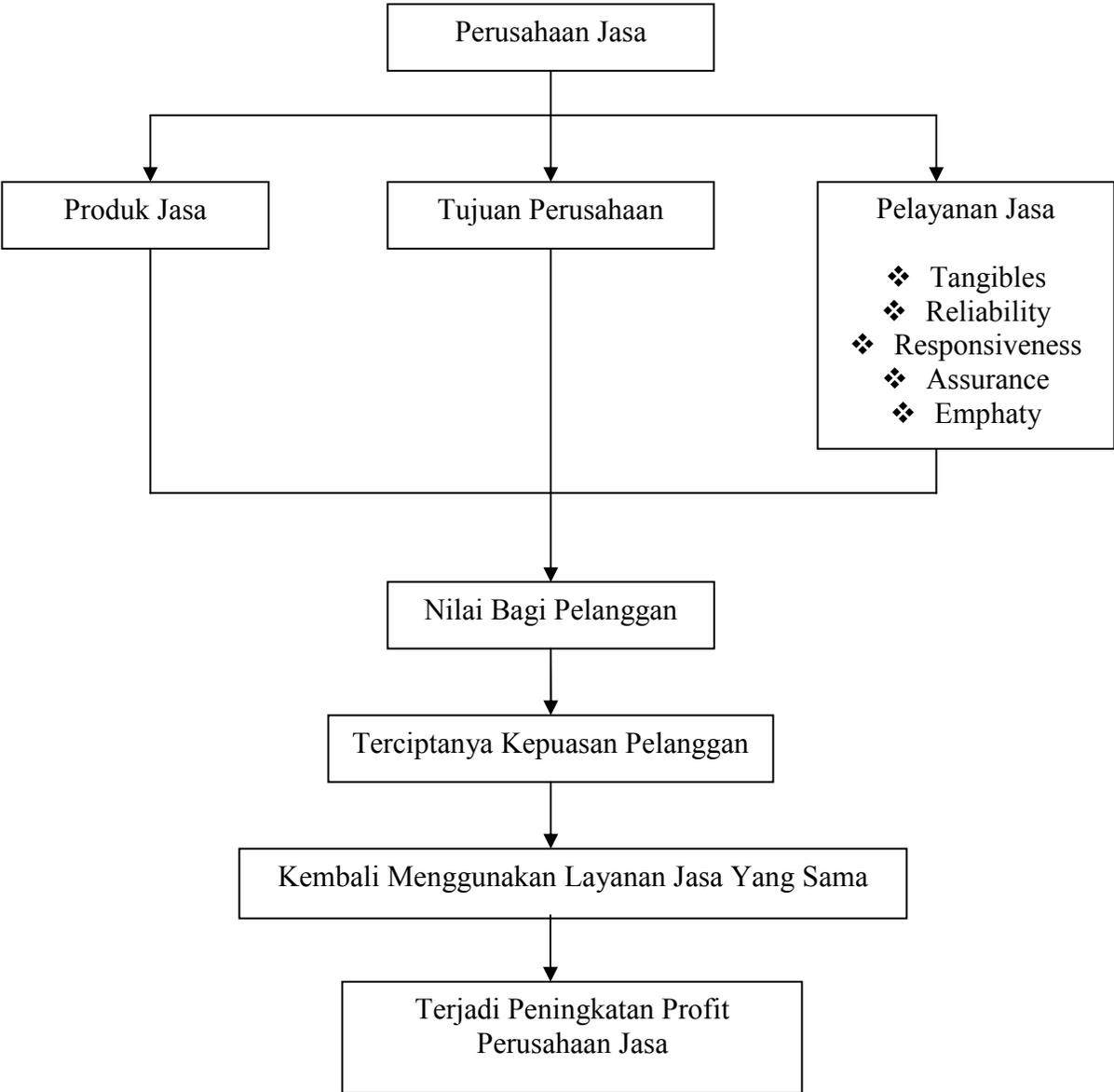
1. Bagi Penulis sendiri, dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai masalah manajemen pemasaran, khususnya menyangkut masalah kualitas suatu pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Bagi pihak perusahaan, diharapkan dapat lebih mampu dan tanggap dalam memberikan kualitas yang lebih baik lagi sesuai yang diinginkan konsumen.
3. Bagi rekan-rekan mahasiswa, semoga dengan adanya penelitian ini dapat membantu dalam penelitian berikutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Tjiptono (1994:24), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Sedangkan nilai bagi pelanggan (*customer delivered value*) dapat didefinisikan sebagai berikut, yaitu selisih antara nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total.

Tabel 1.1 Model Kepuasan Pelanggan



Pada gambar 1.1 digambarkan mengenai konsep model daripada kepuasan konsumen. Penjelasannya dapat dijabarkan sebagai berikut.

Sebuah perusahaan jasa akan berdiri jika melihat adanya sebuah peluang pasar yang menguntungkan, dalam hal ini TB. Twins melihat adanya peluang untuk usaha jasa dalam bidang taman bacaan, dimana sasaran utamanya adalah dari kalangan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.

Produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan jasa tentunya lebih bersifat kepada produk jasa, dimana produk-produk yang ditawarkan disini merupakan suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumennya akan membaca. Selain daripada produk jasa yang ditawarkan, maka akan ada juga sebuah pelayanan jasa yang dilakukan untuk menunjang terciptanya kepuasan konsumen, yang didalamnya terdapat beberapa karakteristik dari dimensi jasa. Maka dari itu, dalam mengevaluasi jasa, digunakan beberapa atribut seperti yang diungkapkan oleh Parasuraman (dikutip dari Tjiptono 2000:26) sebagai berikut :

1. Bukti Langsung (*tangibles*)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*reliability*)

Meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Meliputi daya tanggap dari para karyawan untuk membantu para pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan (*assurance*)

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan.

5. Empati (*emphaty*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Pengukuran atribut seperti ini dilakukan untuk mencapai tujuan daripada perusahaan jasa itu sendiri yaitu untuk dapat memberikan suatu nilai bagi para pelanggannya. Tentunya dengan adanya suatu nilai yang baik dari sebuah perusahaan jasa, akan memberikan suatu citra yang baik dari konsumen.

Dengan mendapatkan kualitas pelayanan jasa yang baik akan menciptakan kepuasan daripada konsumen, seperti yang diungkapkan diatas, dengan terciptanya suatu nilai bagi pelanggan, maka otomatis para pelanggan akan merasa puas. Dan dampak jika seorang konsumen merasa puas akan apa yang drasakannya, para konsumen disinyalir akan kembali menggunakan layanan jasa yang sama.

Dengan adanya penggunaan jasa yang berulang-ulang dari konsumen, maka dapat disimpulkan penjualan ataupun pemakaian daripada sebuah produk jasa akan terus meningkat. Hal ini tentunya akan menyebabkan profit daripada sebuah perusahaan jasa akan mengalami kenaikan.

Oleh karena itu, dari beberapa uraian diatas maka Penulis dapat menyimpulkan suatu hipotesis, yaitu : “ Ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kebutuhan para pelanggan “

1.6 Sistematika Penelitian

Agar isi laporan dapat diterima dan dipahami dengan baik, maka digunakan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bagian ini berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis, dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teori

Pada bagian ini menguraikan tentang dasar-dasar teori yang mendukung permasalahan, meliputi : manajemen umum, manajemen pemasaran, perilaku konsumen, dan kebutuhan konsumen.

Bab III Objek dan Metodologi Penelitian

Pada bagian ini berisikan keterangan mengenai objek penelitian yang dilakukan dan alat yang digunakan, metode penelitian dan teknik pengumpulan serta pengolahan data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Dari hasil yang telah dilakukan, maka semua pembahasan diarahkan dalam rangka memecahkan masalah penelitian dengan menggunakan metode-metode kuantitatif (statistik) untuk mengolah data penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini akan ditarik suatu kesimpulan dari seluruh pembahasan yang ada dan pada bagian ini juga diberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian yang didapat.