

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini, banyak perusahaan manufaktur maupun perusahaan di bidang jasa yang sedang berkembang cepat sehingga hal ini mendorong timbulnya persaingan yang cukup tinggi diantara perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Hal tersebut dikarenakan konsumen selalu menginginkan hasil produk atau jasa yang terbaik sesuai dengan kebutuhannya.

Semakin berkembangnya jaman, berpenampilan menarik pun menjadi sorotan paling utama untuk dilirik oleh orang-orang. Kota Bandung sendiri saat ini dikenal sebagai tempat wisata belanja, dimana tempat wisata belanja tersebut adalah *factory outlet*. *Factory outlet* merupakan salah satu bentuk contoh perusahaan yang pada saat ini berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Persaingan pun menjadi lebih ketat antar *factory outlet* terutama di kota Bandung. Mereka saling bersaing untuk mendapatkan kepuasan konsumen. DeKosmo Paskal Hyper Square merupakan *factory outlet* yang baru berdiri pada tanggal 21 Oktober 2005 dan terletak di Jalan Pasirkaliki No 25-27 Gedung Heritage Lantai 1 – Paskal Hyper Square, Bandung. Berdasarkan wawancara pada Manajer *factory outlet*, maka dapat diketahui bahwa pada saat ini pihak manajemen deKosmo Paskal Hyper Square belum mengetahui bagaimana persepsi dan harapan konsumen atas pelayanan yang telah diberikan. Hal tersebut berpengaruh pada ramainya jumlah konsumen yang datang pada deKosmo Paskal Hyper Square. Sehingga kualitas pelayanan sangatlah penting untuk diperhatikan karena erat hubungannya dengan kepuasan konsumen itu sendiri.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dilakukan penelitian dengan topik ”Analisis Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di deKosmo Paskal Hyper Square Bandung)”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan wawancara dengan 30 konsumen, untuk memperbaiki kualitas pelayanan maka masalah-masalah yang dihadapi oleh deKosmo Paskal Hyper Square adalah :

1. Pelayanan deKosmo Paskal Hyper Square masih kalah dibandingkan dengan *factory outlet* lainnya. Pesaing yang cukup kuat contohnya adalah Rumah Mode atau Herritage. Rumah Mode ataupun Herritage sangat memperhatikan kualitas pelayanan terhadap produk atau jasa yang akan diberikannya kepada pelanggan. Dimana tujuan dari bentuk strategi kualitas pelayanan yang baik tersebut mengundang konsumen untuk datang lagi dan memberikan kesan puas pada pelanggannya.
2. Variasi produk yang disediakan kurang bervariasi dan cenderung monoton. Konsumen cenderung kurang antusias dalam hal memilih produk disana. Sehingga konsumen sering melihat-lihat produk dengan kurun waktu cepat dan tidak melihat-lihat lagi etalase yang lainnya.
3. Jumlah kamar pas yang tersedia pada deKosmo Paskal Hyper Square kurang banyak jumlahnya. Bila kamar pas yang tersedia telah penuh, konsumen yang mengantri kamar pas banyak yang malas untuk menunggu sehingga tidak jadi mencoba produk. Hal tersebut sangat merugikan pihak perusahaan, dimana rasa antusiasme pelanggan untuk membeli produk menjadi hilang.
4. Lokasi yang sering terjadi macet dan kurang strategis, dimana pintu masuk dari arah Pasirkaliki harus berbelok ke kiri turun ke daerah KA. Bagi pelanggan luar kota, hal tersebut akan membingungkan sehingga pelanggan harus memutar balik lagi dan pada akhirnya keinginan konsumen untuk pergi ke deKosmo Paskal Hyper Square tidak jadi karena sudah dipusingkan dengan jalan.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

1.3.1 Pembatasan Masalah

Untuk penyelesaian masalah yang terjadi di *factory outlet* deKosmo Paskal Hyper Square tidak menyimpang dari pokok masalah yang telah dijabarkan, maka

perlu adanya pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah yang terjadi pada penelitian ini, yaitu :

1. Permasalahan yang dibahas adalah pengukuran kualitas pelayanan dengan menggunakan metode SERVQUAL.
2. Responden yang dituju adalah telah melakukan transaksi di kassa *factory outlet*.
3. Identifikasi masalah yang ada tentang lokasi deKosmo Paskal Hyper Square yang sering terjadi macet dan kurang strategis untuk pihak konsumen luar kota, tidak dilakukan penelitian lebih lanjut. Karena penulis pada saat mewawancarai pelanggan, informasi ini didapatkan dari pelanggan luar kota dimana mereka kesulitan untuk mencari pintu masuk ke *factory outlet*.

1.3.2 Asumsi

Adapun asumsi yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Kondisi atau situasi pada *factory outlet* tidak mengalami perubahan yang berarti saat penelitian awal sampai dengan penelitian selesai.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja harapan konsumen tentang sebuah *factory outlet*?
2. Bagaimanakah kesenjangan persepsi dengan harapan konsumen atas pelayanan di deKosmo Paskal Hyper Square (GAP 5)?
3. Bagaimanakah kesenjangan antara harapan konsumen terhadap persepsi manajemen atas pelayanan di deKosmo Paskal Hyper Square (GAP 1)?
4. Bagaimanakah kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas pelayanan di deKosmo Paskal Hyper Square (GAP 2)?
5. Bagaimanakah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa di deKosmo Paskal Hyper Square (GAP 3)?

6. Bagaimanakah kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal di deKosmo Paskal Hyper Square (GAP 4)?
7. Usulan apa saja yang dapat diberikan pada deKosmo Paskal Hyper Square untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan bagi konsumen?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui harapan konsumen tentang sebuah *factory outlet*.
2. Untuk mengetahui kesenjangan persepsi dengan harapan konsumen atas pelayanan di deKosmo Paskal Hyper Square.
3. Untuk mengetahui kesenjangan antara harapan konsumen terhadap persepsi manajemen atas pelayanan di deKosmo Paskal Hyper Square.
4. Untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas pelayanan di deKosmo Paskal Hyper Square.
5. Untuk mengetahui kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa di deKosmo Paskal Hyper Square.
6. Untuk mengetahui kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal di deKosmo Paskal Hyper Square.
7. Agar dapat memberikan usulan yaitu meningkatkan kualitas pelayanan bagi konsumen di deKosmo Paskal Hyper Square.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, dan Tujuan Penelitian.

Bab 2 Landasan Teori

Dalam bab 2 landasan teori ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan metode Servqual.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada metodologi penelitian berisi tentang langkah-langkah yang harus dilakukan dalam membuat laporan penelitian.

Bab 4 Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data, data-data serta informasi-informasi yang dibutuhkan dikumpulkan pada bab ini.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Pada bab 5 pengolahan data ini, data yang telah dikumpulkan lalu diolah untuk memecahkan masalah yang ada, serta analisis hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan dan olah untuk memecahkan masalah yang telah dihadapi.

Bab 7 Kesimpulan dan Saran

Untuk kesimpulan, diharuskan merangkum kesimpulan yang telah didapatkan. Memberikan saran untuk perusahaan yang telah diamati.